

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES
EN UNA EMPRESA DE COMBUSTIBLE, EN EL PERÍODO
2018”

Tesis para optar el título profesional de:

CONTADORA PÚBLICA



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

Autores:

Br. Leydi Melendez Grandez

Br. Flor Violeta Nuñez Galvez de Tafur

Asesor:

Dra. Esther Rosa Sáenz Arenas

Lima - Perú

2019

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Dra. Esther Rosa Sáenz Arenas, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- Leydi Melendez Grandez
- Flor Violeta Nuñez Galvez de Tafur

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “Gestión de las Cuentas por Cobrar Comerciales en una Empresa de Combustible en el período 2018 para aspirar al título profesional de: **CONTADOR** por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.



Dra. Esther Rosa Sáenz Arenas
Asesora



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de las estudiantes: Leydi Melendez Grande, Flor Violeta Nuñez Galvez de Tafur para aspirar al título profesional con la tesis denominada: "GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES EN UNA EMPRESA DE COMBUSTIBLE, EN EL PERÍODO 2018"

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

☐ **Aprobación por unanimidad**

☐ **Aprobación por mayoría**

☒ **Aprobación por unanimidad**

☐ **Aprobación por mayoría**

Calificativo:

☐ Excelente [20 - 18]

☐ Sobresaliente [17 - 15]

☒ Sobresaliente [17 - 15]

☐ Bueno [14 - 13]

☐ Bueno [14 - 13]

Calificativo:

☐ Excelente [20 - 18]

☐ Sobresaliente [17 - 15]

☐ Sobresaliente [17 - 15]

☐ Bueno [14 - 13]

☐ Bueno [14 - 13]

☐ Desaprobado

☐ Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Firman en señal de conformidad:

Mg. Alberto Alvarez Lopez

Jurado

Presidente

Presidente

Mg. Edwin Paul Prado Cominges

Jurado

Mg. Edwin Paul Prado Cominges

Jurado

Mg. Cesar Eduardo Lavado

Bocanegra

Jurado

Mg. Cesar Eduardo Lavado

Bocanegra

Jurado

DEDICATORIA

A Dios por guiarme siempre por el buen camino,
dándome las fortalezas y fuerzas día a día, para
seguir adelante y culminar mi carrera. A mis
queridos padres porque gracias a ellos que son la
fuerza que me motiva a seguir esforzándome, a mis
hermanos, por su amor, apoyo y confianza que
depositaron en mí.

Leydi Melendez

Con cariño a mis padres, quienes con su
comprensión y apoyo absoluto me dieron la
fortaleza para seguir adelante y poder cumplir una
más de mis metas, y con mucho amor a mi esposo e
hijo que siempre estuvieron en los momentos
difíciles y que han sido el incentivo en mi vida.

Flor Nuñez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por acompañarme en todo momento, de la misma manera a mis profesores que me apoyaron transmitiéndome y compartiendo sus conocimientos y sabiduría, a mis compañeros y amigos incondicionales que me apoyaron en el trayecto de mi carrera y a mi familia por estar en todo momento dándome fuerzas y motivación.

Leydi Melendez

Agradezco a Dios por ser mi guía y luz durante el trayecto de mi carrera profesional, llenándome de fortaleza en momentos de debilidad, además de permitir tener una vida de aprendizaje y experiencias constantes cada día, agradezco también a mis padres por sus valores inculcados durante mi crecimiento, siempre teniendo presente su ejemplo de vida, a mi hijo, esposo y hermanos por su apoyo y motivación permanente.

Flor Nuñez

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	206
1.4 LIMITACIONES.....	207
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.6 MARCO TEÓRICO.....	18
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	57
2.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	57
2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	58
2.3. UNIDAD DE ESTUDIO	59
2.4. POBLACIÓN.....	59
2.5. MUESTRA	60
2.6. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	61
2.7. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS	62

CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	64
3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	64
3.2. VOLUMEN DE VENTAS ANUALES DE EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE EN EL PERÍODO 2018.....	65
3.3. NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS DE LAS POLÍTICAS DE CRÉDITO....	66
3.4. NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS DE LAS POLÍTICAS DE COBRANZA	67
3.5. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO	68
3.6. ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS	98
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	102
REFERENCIAS.....	109
ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tamaño de Muestra.....	60
Tabla 2 Volumen de Ventas Anuales de la Empresa Comercial de Combustible en el Período 2018.....	65
Tabla 3 Resultado Referido al Nivel de Cumplimiento de las Políticas de Crédito	66
Tabla 4 Resultado Referido al Nivel de Cumplimiento de las Políticas de Cobranza.....	67
Tabla 5 Resultado Referido a Establecer un Monto Mínimo para Brindar Ventas a Crédito.....	68
Tabla 6 Resultado Referido a Establecer un Monto Máximo para Brindar Ventas a Crédito	69
Tabla 7 Resultado Referido a Ventas a Crédito Mensual	70
Tabla 8 Resultado Referido a Ventas a Crédito por Periodo Contable.....	71
Tabla 9 Resultado Referido a la Verificación de Cliente en Base de Datos.....	72
Tabla 10 Resultado Referido a la Existencia de una Persona Responsable de Brindar un Crédito	73
Tabla 11 Resultado Referido a Consultar al Departamento de Crédito y Cobranza para Brindar Créditos	74
Tabla 12 Resultado Referido a Evaluación del Cliente a Través de Estados Financieros ...	75
Tabla 13 Resultado Referido a Implementar de Manera Adecuada la Venta a Crédito	76
Tabla 14 Resultado Referente a Políticas de Crédito Documentado en Manual	77
Tabla 15 Resultado Referido a Seguimiento de Modalidades de Venta.....	78
Tabla 16 Resultado Referida a la Clasificación de las Cuentas por Cobrar	79
Tabla 17 Resultado Referido a Políticas de las Cuentas por Cobrar en Relación con los Objetivos Empresariales	80
Tabla 18 Resultado Referente a Políticas de las Cuentas por Cobrar y su Garantía de Cobro a los Clientes.....	81

Tabla 19 Resultado Referido al Análisis Periódico de las Cuentas por Cobrar.....	83
Tabla 20 Resultado Referido a la Aplicación de la Técnica Comunicación Escrita.....	84
Tabla 21 Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Llamada Telefónica	85
Tabla 22 Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Agencias de Cobro.....	86
Tabla 23 Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Acción Legal.....	87
Tabla 24 Resultado Referente a Documentar las Políticas de Cobranza a Través de un Manual	88
Tabla 25 Resultado Referente a Existencia de Responsable de la Actividad de Cobranza	89
Tabla 26 Resultado Referente a Análisis de la Gestión de las Cuentas por Cobrar a Través de Razones Financieras.....	90
Tabla 27 Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación de las Cuentas por Cobrar	91
Tabla 28 Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro.....	93
Tabla 29 Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación del Inventario	94
Tabla 30 Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo de Ventas del Inventario	95
Tabla 31 Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Pago	96
Tabla 32 Resultado Referente a Comparar la Razón Financiera Período Promedio de Cobro con el Período Promedio de Pago	97
Tabla 33 Resultado Razón Período Promedio de Cobro.....	98
Tabla 34 Resultado Razón Rotación de Cuentas por Cobrar	99
Tabla 35 Resultado Razón Rotación de Inventarios	99
Tabla 36 Resultado Razón Periodo de Ventas del Inventario.....	100
Tabla 37 Resultado del Razón Período de Conversión del Inventarios	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resultado Referido a Monto Mínimo para Brindar Ventas a Crédito.	68
Figura 2: Resultado Referido a Monto Máximo para Brindar Ventas a Crédito.	69
Figura 3: Resultado Referido a Reporte de Ventas a Crédito Mensual.	70
Figura 4: Resultado Referido a Reporte de ventas por Periodo Contable.	71
Figura 5: Resultado referido a la verificación de cliente en base de datos.	72
Figura 6: Referido a la Verificación a Existencia de Persona Responsable de Brindar un Crédito.	73
Figura 7: Resultado Referido a Consultar al Departamento de Crédito y Cobranza para Brindar Créditos a los Clientes.	74
Figura 8: Resultado Referido a Evaluación del Cliente a Través de Estados Financieros.	75
Figura 9: Resultado Referido a Implementar de Manera Adecuada la Venta a Crédito.	76
Figura 10: Resultado Referente a Políticas de Crédito Documentado en Manual.	77
Figura 11: Resultado Referido a Seguimiento de Modalidades de Venta.	78
Figura 12: Resultado Referida a la Clasificación de las Cuentas por Cobrar.	79
Figura 13: Resultado Referido a Políticas de las Cuentas por Cobrar en Relación con los Objetivos Empresariales.	80
Figura 14: Resultado Referente a Políticas de las Cuentas por Cobrar y su Garantía de Cobro a los Clientes.	82
Figura 15: Resultado Referido al Análisis Periódico de las Cuentas por Cobrar.	83
Figura 16: Resultado Referido a la Aplicación de la Técnica Comunicación Escrita.	84
Figura 17: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Llamada Telefónica.	85
Figura 18: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Agencias de Cobro.	86
Figura 19: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Acción Legal.	87

Figura 20: Resultado Referente a Documentar las Políticas de Cobranza a Través de un Manual.	88
Figura 21: Resultado Referente a Existencia de Responsable de Actividades de Cobranza..	89
Figura 22: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Gestión de las Cuentas por Cobrar a Través de Razones Financiera.....	90
Figura 23: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Rotación de las Cuentas por Cobrar.	92
Figura 24: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro.....	93
Figura 25: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación del Inventario.	94
Figura 26: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Período de Días de Venta del Inventario.	95
Figura 27: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Pago	96
Figura 28: Resultado Referente a Comparar la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro con el periodo Promedio de Pago.	98

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enmarca en describir los procedimientos de la Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en una empresa de Combustible en el período 2018, siendo la base principal el nivel de ventas a crédito, las políticas de crédito y las políticas de cobranza, así como las razones financieras de gestión. Se procedió a desarrollar el tema utilizando el tipo de investigación no experimental transversal, descriptiva cualitativa, tenemos como población los departamentos de ventas, crédito y cobranza, administración y dirección, para la muestra se aplicó el método no probabilístico por conveniencia, siempre que se obtiene la información relevante y efectiva para el proceso de investigación.

Por medio de los instrumentos de recolección de datos como: ficha de observación y cuestionario, se recolectó información para dar a conocer la situación actual del manejo de las cuentas por cobrar comerciales en el área de crédito y cobranzas. Los resultados determinaron que la empresa ha venido presentando una gestión deficiente, lo que se revela a través de la disminución de la liquidez de las cuentas por cobrar durante el período 2018, todo ello por la falta de aplicación eficiente de las políticas de crédito y cobranza y un análisis adecuado de las razones financieras de gestión, siendo éstas un instrumento de apoyo para conocer el desempeño de la empresa durante el desarrollo de sus actividades operacionales a tiempo a fin de tomar las medidas correctivas cuando sea necesario.

Presentada esta deficiencia y siendo un problema para la empresa si no toma las medidas necesarias, se recomienda cumplir de manera rigurosa con las políticas de crédito y cobranza

establecidas para el manejo de las ventas bajo la modalidad de crédito, así como implementar nuevas políticas y hacer uso frecuente de las razones financieras de gestión.

Palabras clave: Gestión, cuentas por cobrar, ventas a crédito, políticas de crédito, políticas de cobranza, razones financieras.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.

Actualmente la mayoría de las empresas enfrentan muchos tipos de riesgo durante el desarrollo de sus actividades de operación, más aún si están relacionadas con el manejo de las cuentas por cobrar comerciales, partidas que permiten maximizar el aprovechamiento de las mismas, teniendo en cuenta su relación directa con el activo circulante de toda entidad, principalmente con el efectivo que se dispondrá. Suarez y Mujica (2014) afirma: “Las cuentas por cobrar se originan cuando se realiza una venta a crédito y representan el monto total que adeudan los clientes por concepto de las actividades operativas propias de la empresa; están representadas generalmente por facturas”.

Las empresas utilizan las ventas a crédito como un medio para atraer clientes en el entorno de los negocios siendo éstas las de mayor ingreso por la prestación de bienes o servicios bajo esta modalidad, generando así las cuentas por cobrar; éstas partidas son dinero propio de la empresa en manos de los clientes, por tanto se debe evaluar las condiciones y circunstancias presentes en el mercado en el que operan para tener control y seguimiento permanente si se pretende lograr mayor rentabilidad, disponer de liquidez en el momento oportuno.

En virtud de lo indicado anteriormente, esto resulta eficiente si las empresas estipulan correctamente políticas de crédito y cobranza específicas, bien definidas y enmarcadas dentro de las características y necesidades de la mismas, lo que permitirá tener presente los procedimientos a seguir con los clientes que no han cancelado en la debida oportunidad y realizar acciones de cobranzas focalizadas, con la única finalidad de evitar que las cuentas por cobrar incurran en cuentas con morosidad, cuyos casos se presentan en las actividades rutinarias de la mayor parte de las Entidades.

Visto de este modo muchas veces recuperar estos créditos resulta difícil siempre que no estén planteados, detallados o documentados, como una debilidad para los responsables de éstas actividades durante la aplicación de los procedimientos para una gestión eficiente de las cuentas por cobrar, de allí las preguntas. ¿Se está siguiendo con los procedimientos correctos para hacer los cobros?, ¿Se está destinando el tiempo prudente para realizar las actividades de cobro?.

Una adecuada gestión de cuentas por cobrar se convierte en la necesidad en las empresas para mantener niveles apropiados de fondos líquidos y hacer frente a las necesidades cotidianas, y por ende a las obligaciones adquiridas con los proveedores, ya que la clave para el éxito del negocio es tener la capacidad de administrar eficientemente los recursos.

Fierro y Martínez (2015) afirma que: “Las políticas de crédito comprenden las actividades que conllevan a la decisión de conceder créditos a clientes y aquellas que ayudan a recuperarlas”. Efectivamente como lo indica el autor es indispensable que las empresas cuenten con un área estratégica encargada de evaluar al cliente para otorgarle una línea de crédito, y las actividades de recuperación de las mismas aplicando técnicas adecuadas teniendo presente el seguimiento periódico de las mismas.

Las empresas utilizan indicadores como las razones financieras para analizar y conocer la gestión de la empresa, existen muchas razones financieras las que deberán ser seleccionadas de acuerdo a la información requerida por cada entidad. Si durante el desarrollo de las actividades operativas, existen aquellas bajo modalidad de crédito, las razones financieras de gestión de las cuentas por cobrar comerciales son las indicadas, teniendo como objetivo principal medir la eficiencia con la que se manejan sus recursos, la forma como rota los

componentes del activo, el grado de recuperación de los créditos y el pago de las obligaciones que se adquieren, así como el manejo de los inventarios, por tanto resulta de gran importancia analizarlos, toda vez que necesitemos conocer la gestión de las cuentas por cobrar, aplicándolas no necesariamente al término de un determinado período sino en momento oportuno y necesario.

La empresa objeto de estudio realiza ventas con plazos entre 30, 60 días, pero también en algunos casos ofrece créditos a plazos mayores a los 60 días, saliendo de los parámetros establecidos por sus políticas, debido a que son clientes fieles, pero que siguiendo con los procedimientos plasmados a través de un manual, se presentan problemas en los créditos otorgados por incumplimiento de los plazos fijados, llegando a presentarse clientes que no cumplen con el pago y convirtiéndose en partidas con estado de morosidad, y que por el tiempo transcurrido se corre el riesgo de convertirse en cuentas incobrables, es decir tiene un punto débil por la falta de estrategias para aplicar la normativa y las políticas de crédito apropiadas.

La empresa por medio del manual de políticas de crédito y cobranza da a conocer cómo realiza su gestión de sus cuentas por cobrar comerciales, mediante el cumplimiento de las normas establecidas para brindar créditos, del mismo modo también estipula el cumplimiento de sus políticas de cobro, el inconveniente se presenta cuando la empresa no aplica de manera estricta y en su totalidad lo plasmado en su manual para emitir una venta a crédito, teniendo una debilidad cuando se presentan plazos vencidos en las ventas bajo esta modalidad.

De igual manera la empresa en virtud de contar con una gestión eficiente de sus cuentas por cobrar comerciales, analiza razones financieras de gestión al término del período contable, la dificultad que se presenta es por no hacerla de manera frecuente y en el momento oportuno, teniendo en cuenta que esta actividad ayudará a obtener información importante y relevante

para conocer si la empresa cuenta con la capacidad de hacer frente a sus obligaciones adquiridas; sin el control y la decisiones tomadas con los resultados obtenidos se verá en la necesidad de incurrir en gasto financieras por la necesidad de préstamos bancarios o comprometer el capital de trabajo.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera la Empresa de Combustible realiza los procedimientos de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cómo la Empresa de Combustible establece el nivel de ventas al crédito en el período 2018?
- ¿Cómo la Empresa de Combustible establece políticas de crédito de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018?
- ¿Cuáles son las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar comerciales establecidas por la Empresa de Combustible en el período 2018?
- ¿Cómo analiza las razones financieras de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales la Empresa de Combustible en el período 2018?

1.3 Justificación de la Investigación

Teórica

Consideramos que la presente investigación, es necesaria porque la gestión de las cuentas por cobrar comerciales de la Empresa de combustible es deficiente y no permite lograr sus objetivos planteados, ni tampoco alcanzar un alto grado de efectividad durante

el desarrollo de todas sus operaciones, más aun siendo las cuentas por cobrar una de las partidas con mayor importancia en la composición de su activo y las que permitirán obtener la solvencia que requiere para desarrollarse y cumplir con todas sus obligaciones adquiridas.

Metodológica

Siendo que con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se pretende determinar que la información recopilada sea de calidad, la que servirá para prevenir de manera constante las dificultades presentadas en cuanto al control y cumplimiento de las políticas de crédito y cobranza establecidas, así como la aplicación de las razones financieras, aplicando para ello una investigación no experimental transversal, descriptiva cualitativa, buscando que la empresa de combustible permita solucionar el problema que se presenta durante el desarrollo de sus operaciones.

Práctica

La investigación se orienta en establecer que, si se tiene la capacidad de administrar eficientemente la gestión de las cuentas por cobrar con los recursos existentes se busca alcanzar el éxito del negocio, permitiendo solucionar el problema que le afecta. Del mismo modo creemos que esta investigación ayudará a los lectores al utilizarla como guía de consulta, mostrando así su importancia.

1.4 Limitaciones

Durante el proceso de investigación, inicialmente se presentó dificultad en el acceso a la información financiera de la Empresa, así como en el trabajo de campo para aplicación de las fichas de observación al responsable del departamento crédito y cobranza, por la falta de tiempo; del mismo modo con la muestra por ser limitada y

conformada por 5 personas de la empresa, esto se debe a que no se cuenta con mayor personal involucrado en el trabajo de investigación.

A pesar de las limitaciones presentadas el trabajo de investigación se llevó acabo, porque se lograron superar estas limitaciones descritas, con una adecuada coordinación de tiempo y con la elección por conveniencia de la muestra, siendo ésta representativa por ser una investigación cualitativa, además la información obtenida fue relevante para arribar a resultados confiables.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo general.

Describir la manera como la Empresa de combustible realiza los procedimientos de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018.

1.5.2 Objetivos específicos.

- Describir como la Empresa de combustible establece el nivel de ventas a crédito en el período 2018.
- Identificar cómo la Empresa de combustible establece políticas de crédito de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018.
- Describir cuáles son las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar comerciales establecidas en la Empresa de Combustible en el período 2018.
- Describir los procesos de análisis de las razones financieras de gestión de las cuentas por cobrar comerciales en la Empresa de Combustible en el período 2018.

1.6 Marco teórico

1.6.1 Antecedentes.

Internacionales

Castillo (2017) para obtener el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en su tesis *“Las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa NAGPUR S.A.”* perteneciente a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador, el objetivo de la tesis es analizar la incidencia de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa NAGPUR SA.

La investigación que se aplicó es exploratoria y descriptiva, se basó en un tema real evidenciando la gestión de recuperación de cartera, por lo cual amerita realizar un seguimiento para determinar las causas y explicarlas con claridad, la investigación descriptiva permitió establecer contacto. Se utilizó la recolección de datos como la entrevista y documental, la población total fue a nivel de jefatura de la empresa NAGPUR S.A. el área de crédito y cobranza, ventas y contabilidad. Se concluye que la empresa NAGPUR S.A. tiene dificultades de manejar el flujo de efectivo, ello se debe a que carece de un control sobre lo que vende es decir no tiene un control de lo que recupera y lo que se debe mantener en caja, la empresa a pesar que dispone de una política e instrucciones establecidas no se presta atención ni tampoco se realiza correcciones o actualizaciones, los clientes que se asigna el crédito no son evaluados de forma adecuada, ello lo hacen por no perder clientes.

Carrera (2017) para obtener el título Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en su tesis *“Análisis de la gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015”* perteneciente a la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador, el objetivo de la tesis es analizar la gestión de cobro en la empresa Industrial en el periodo 2015 a través del método COSO I que permite descifrar en la cobrabilidad.

La investigación realizada es descriptiva no experimental, porque se realiza sin manipular deliberadamente la variable. Se concluye que la gestión de cobro no es efectiva y esto se debe a que carecen de un manual de monitoreo a fin de verificar el cumplimiento de las metas de cobranza, las políticas de cobro no están claras para los involucrados en el proceso.

Torres & Avelino (2017) para obtener el título Ingeniera en Contabilidad y Auditoría – CPA en su tesis *“Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cia. LTDA”* perteneciente a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador; el objetivo principal de la tesis es el de evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltda.

La investigación realizada es descriptiva porque se describen los hechos que se dan en el área de crédito y cobranzas, los instrumentos utilizados son la Observación científica para obtener información primaria y la entrevista para recopilar información sobre los conocimientos que el personal de la empresa posee para la realización de las tareas diarias. Se indica que la calidad de las cuentas por cobrar, es la situación económica que operan los clientes de la empresa, y que afectan su capacidad para

cumplir sus compromisos adquiridos con la compañía. La empresa no mantiene una adecuada recuperación en la cobranza de las Cuentas por Cobrar, así como una adecuada política y procedimiento que podría ocasionar cartera vencida e incobrabilidad. Se ha demostrado mediante diferentes indicadores financieros que la inadecuada administración de las Cuentas por Cobrar, generan un impacto en la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltda, así como al aplicar los ratios financieros se observa que la empresa tiene una razón corriente de 1.86 veces adquiriendo la liquidez suficiente para poder respaldar las obligaciones tanto internas como externas, el nivel de endeudamiento que posee la empresa es del 29% de los activos totales; lo cual debe ser corregido mediante políticas internas y externas que maneja la cobranza (Avelino. 2017).

La presente investigación, nos permite aportar que debemos tener presente el manejo de las cuentas por cobrar, tener siempre en consideración las políticas de crédito y de cobro, toda vez que dichas cuentas son un ingreso significativo en toda entidad, todo esto con la finalidad de dichas cuentas no se vuelvan incobrables, lo que acarrea problemas de liquidez para la entidad.

Tirado & Mantilla (2015) para obtener el título Economista en su tesis *“Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzados Fadicalza”* perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador; el objetivo general de la tesis es el de determinar la incidencia de las políticas de crédito y cobranza en la liquidez de la fábrica de calzado FADICALZA para incrementar la eficiencia en la gestión crediticia.”

El trabajo de investigación se encuentra enmarcada dentro del enfoque mixto cuanti-cualitativo y presenta como hipótesis: La inexistencia de políticas de crédito y cobranzas es lo que provoca tener una reducida liquidez en la empresa Fadicalza, la población en esta investigación es el total de empleados de Fadicalza, a los que se aplica el cuestionario como instrumento de investigación, le llega a decir que la inexistencia de políticas de crédito y cobranzas no es lo que provoca tener una reducida liquidez en la empresa Fadicalza, pero si la inexistencia de políticas de crédito y cobranzas es lo que provoca tener una reducida liquidez en la empresa, finalmente luego de la investigación de campo se pudo concluir que un manual de políticas de crédito y cobranza es la mejor alternativa para solucionar los problemas antes descritos. A partir del establecimiento de políticas a seguir dentro del manual, se puede definir actividades específicas para la toma de decisiones administrativas que se vea reflejado en el aspecto financiero de la empresa. (Tirado & Mantilla, 2015).

Para lo anterior expuesto acotamos que un manual de políticas de crédito y cobranza es una herramienta que posee posibilidad de que, a través de la utilización en las actividades cotidianas, la empresa disminuya la morosidad y lograr que los clientes realicen sus pagos de manera puntual.

Duran (2015) para obtener el título Ingeniero en Contabilidad y Auditoría – CPA en su tesis *“El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la*

liquidez de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cia, en el Cantón Camilo Ponce Enriquez” perteneciente a la Universidad Técnica de Machala, Ecuador; el objetivo general de la tesis es el de establecer un Control Interno de las Cuentas por Cobrar que permita aplicarse en el proceso económico contable de esta organización para obtener resultados confiables en la presentación de los Estados Financieros de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cía., del cantón Camilo Ponce Enríquez.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo general “Establecer un Control Interno de las Cuentas por Cobrar que permita aplicarse en el proceso económico contable de esta organización para obtener resultados confiables en la presentación de los Estados Financieros de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cía., del cantón Camilo Ponce Enríquez”.

La recolección de datos “se hace mediante una encuesta a los organismos comerciales de mayor magnitud y de acuerdo a las capacidades de crédito para sus clientes; están 52, quienes son encargados de llevar la respectiva contabilidad y operación de sus lugares de trabajo”.

“La hipótesis se dirige directamente a la variable Independiente, es decir al Control Interno de las Cuentas por Cobrar; dando el seguimiento adecuado a la implementación de las normas contables que establecen las teorías ya conocidas”.

Se concluye diciendo: “A través de la presente investigación se presenta mediante conclusión profesional que en la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y

Compañía, del cantón Camilo Ponce Enríquez, no cuenta con un Control Interno de las Cuentas por Cobrar, donde permita obtener resultados estadísticos de su estabilidad crediticio que ofrece a su distinguida clientela; siendo fundamento principal para la rotación de efectivo a través de una excelente solvencia y liquidez de la empresa”.

Este estudio corrobora que la mayor parte de las empresas no tienen un adecuado Control Interno de las cuentas por cobrar dentro de entorno, ya que contar con ello sería de gran ayuda siempre que las entidades tengan presente siempre la mejora continua.

Nacionales

Flores (2017) para obtener el título Contador Público en su tesis “*Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en el nivel de liquidez de la empresa Unipersonal Transportista Distribuidor de Combustible y Lubricantes en la ciudad de Tacna, año 2015*” perteneciente a la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Perú; el objetivo de la tesis es de determinar como la gestión de cuentas por cobrar influye en el nivel de liquidez de la Empresa Unipersonal Transportista Distribuidor de Combustible y Lubricantes en la ciudad de Tacna año, 2015.

El tipo de investigación es aplicada y el diseño es no experimental, transeccional descriptiva, porque no recurre a la manipulación de algunas de las variables en estudio, la población estuvo constituida por los trabajadores de las áreas técnicas y con los registros de los rubros del

Estado de Situación Financiera y ya no fue necesario obtener una muestra. El instrumento utilizado fue el cuestionario. Se concluye que las políticas de cuentas por cobrar se ejecutan casi siempre a las necesidades de la empresa y se implementan mayormente de manera adecuada, las técnicas de las cuentas por cobrar utilizadas por la empresa en cambio no son ejecutadas rigurosamente debido al constante cambio de normas, lo que genera para la empresa un problema al momento de realizar el cobro correspondiente a sus clientes de sus deudas.

Loyola (2016) para obtener el título Contador Público en su tesis *“Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de Agroquímicos en el distrito de Trujillo”* perteneciente a la Universidad de Trujillo, Perú; el objetivo fue establecer de qué manera la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo.

El diseño de investigación es descriptivo, la población estuvo conformado por todas las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo y la muestra determinada fue la empresa Agropecuaria Chimú S.R.L. Se concluye que la gestión de cuentas por cobrar muestra una incidencia en la liquidez de la empresa Chimú S.R.L. ya que carece de política de crédito la cual es flexible, ya que se deja llevar por el prestigio y antigüedad que estos poseen en el mercado y no se hace el seguimiento más riguroso, también carece de política de cobranza y de un departamento de crédito y cobranza.

Vásquez & Vega (2016) para obtener el título Contador Público en su tesis *“Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C distrito de Huanchaco, Año 2016”* perteneciente a la Universidad Privada Antenor Orrego, Perú; el objetivo general de la tesis es el de determinar de qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

El diseño de investigación es de tipo explicativo causal, para la realización de esta investigación se obtuvieron información a través de la aplicación de cuestionario, guía de observación y análisis documental, la población estuvo constituida por las áreas de ventas, cobranzas, administración, finanzas y contabilidad de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016, cuya muestra estuvo constituido por el área de cobranzas de la empresa ..., la evaluación de los datos obtenidos permitió establecer que las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., como resultado del trabajo según el análisis de las cuentas por cobrar mediante técnicas estadísticas, la encuesta aplicada al personal del área de cobranzas, el análisis de los reportes de ventas y estados financieros, nos demuestra que en la empresa existe un control deficiente de las cuentas por cobrar; ya que no se aplican debidamente las políticas y procedimientos establecidos en la empresa sobre el manejo de esta partida y no existe una correcta segregación de funciones del personal (Vásquez & Vega, 2016).

Esta investigación nos muestra una vez más que la aplicación de las políticas de las cuentas por cobrar establecidas en la empresa no se aplica correctamente, hecho que trae consigo la mala gestión de las mismas, y por ende la falta de liquidez que permite a la empresa para hacer frente a sus obligaciones contraídas en el ejercicio de sus actividades.

Araujo & Estacio (2017) para obtener el título Contador Público en su tesis *“Gestión de las cuentas por cobrar comerciales y su incidencia en la liquidez en la empresa Justiniano Soto Villanueva S.R.L., Cajamarca año 2016”* perteneciente a la Universidad Privada del Norte, Perú; el objetivo de esta tesis es de analizar la incidencia del nivel de cumplimiento de la gestión de las cuentas por cobrar comerciales en la liquidez en la empresa Justiniano Soto Villanueva S.R.L., Cajamarca año 2016.

La investigación muestra un diseño no experimental transversal, descriptiva, su población está conformado por el conjunto de Estados Financieros de los años 2015 – 2016 y la muestra por el Estado de Situación Financiera del año 2016. Por medio de los instrumentos de recolección de datos como la ficha de observación ficha de análisis documental para conocer la situación actual del área de créditos y cobranzas. Se concluye que la empresa Justiniano Soto Villanueva S.R.L. en el año 2016 posee un nivel de cumplimiento deficiente de la gestión de las cuentas por cobrar comerciales, esto se debe a que la empresa presenta un bajo cumplimiento en los procedimientos de las políticas de crédito y cobranza.

Gonzales & Sanabria (2016) para obtener el título Contador Público en su tesis *“Gestión de cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la Facultad de una Universidad Particular, Lima periodo 2010 – 2015”* perteneciente a la Universidad Peruana Unión, Perú; el objetivo principal de la tesis es el de determinar cuáles son los efectos de la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima 2010-2015.

Esta investigación se realizó teniendo como objetivo principal “determinar cuáles son los efectos de la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima 2010-2015”.

“El diseño de la investigación de estudio, descriptivo explicativo, la población del estudio estuvo conformada por los estudiantes de una facultad, para la muestra la elección se realizó de manera no probabilística”.

En la investigación se utiliza como instrumentos para el recojo de datos al “Análisis descriptivo, análisis inferencial y análisis de correlación, la aplicación y del análisis respectivo de los mismos permite concluir que: sin una buena política de crédito no será posible que una empresa alcance niveles de cuentas por cobrar razonables que favorezcan la rotación de las cuentas por cobrar, así mismo con respecto a la liquidez se resume diciendo que sin manejo de liquidez no hay empresa, porque si no hay dinero o clientes que deban, cómo se podrá cumplir con las obligaciones o deudas”.

Por tal razón es de vital importancia que la empresa mejore su sistema de cobros de una forma oportuna, puesto que la demora excesiva de ellos afecta la liquidez; por lo cual se analiza los temas de: ratios de liquidez corriente, razón ácida, razón de efectivo, capital de trabajo neto sobre activos.

Así mismo, “según el estudio se concluye que la gestión de las cuentas por cobrar tiene un efecto sobre la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima, periodo 2010 - 2015. Es decir, cada una de las dimensiones de procedimientos de crédito, procedimiento de cobranzas, ratios de actividad y morosidad tiene una participación en la liquidez reflejado en las razones de liquidez corriente, razón ácida, razón de efectivo y capital de trabajo neto sobre el total de activos”.

Debemos indicar que, en función a los resultados obtenidos, para el procedimiento de crédito se recomienda implementar políticas adecuadas, a fin de garantizar la recuperación de las mismas en función a los acuerdos de los contratos celebrados para brindar el crédito. Por otro lado, el procedimiento de cobranza, debe contar con los descuentos automáticos para aumentar así la mayor cantidad de clientes que paguen.

1.6.2 Bases Teóricas.

Presentándose ciertos problemas con la gestión de las cuentas por cobrar, como está presentándose en la Empresa objeto de estudio, el cual necesita tener mejor control tanto con sus políticas de crédito y políticas de cobranza, para que

sus cuentas se gestionen de manera adecuada, es que a continuación planteamos algunas bases que le dan consistencia o firmeza a la investigación.

La contabilidad

Mendoza y Ortiz (2016) con respecto a la contabilidad nos señala: Tradicionalmente se lo define como “el lenguaje de negocios”, debido a que es una actividad de servicio encargada de identificar, medir y comunicar la información económica que permite a los usuarios formar juicios y tomar decisiones. La contabilidad como ciencia constituye un sistema informativo que emite datos estructurados y relevantes a los distintos entes que componen la realidad económica, como la social las empresas y el sector público. La contabilidad es interdependiente y está interrelacionada con toda empresa, por tanto, existe una estrecha relación entre la operación de la empresa, la contabilidad y la toma de decisiones.

Tal como lo indican los autores la contabilidad se encarga de estudiar, medir, analizar y registrar el patrimonio de las empresas, para la toma de decisiones y control, también es suministrar información en un momento dado y de los resultados obtenidos durante un período de tiempo.

▪ Importancia de la Contabilidad.

La contabilidad en las empresas es un proceso de suma importancia. Permitiendo conocer sus estados patrimoniales, toda vez que resulta casi imposible poder tener un manejo adecuado de una organización sin conocer los estados financieros y su relación entre ellos.

La información contable de una organización debe ser elaborada por las personas indicadas, especialistas, siendo fundamental para la toma de decisiones futuras de tipo económico, por tanto, es enormemente importante porque nos indica la situación en la que se encuentra la entidad, esto conlleva que a lo largo del tiempo se desarrollen distintas formas, tipos de hacer un seguimiento adecuado a la información contable.

- **Objetivos de la contabilidad**

El objetivo esencial y primordial de la contabilidad es suministrar información razonable en base a registros técnicos de las operaciones diarias, para luego proporcionar esta información financiera de la organización a los usuarios tanto internos como externos que estén interesados en los resultados operacionales y de situación de la misma.

Para que la información que suministra y maneja la contabilidad sea útil para los usuarios, ésta debe cumplir con una serie de requisitos o cualidades que, aunque algunas veces, en la práctica no son fáciles de cumplir, se deben tener presente, para los objetivos de dirección, comercialización, producción y financiera.

- **Características de la contabilidad**

Objetiva. - Los datos reportados deben ser entendidos de la misma manera por todos los usuarios, motivo por el cual los responsables del procesamiento de la información deben tener presente los requisitos para elaborarlas.

Fiable. - De ninguna manera deben existir inconsistencias entre la información que se ingresa y la fuente de procedencia.

Oportuna. - La información debe ser presentada u omitida en el tiempo indicado, ya que fuera de ello no tiene ningún valor.

Comprensible. - Es decir la información debe ser entendible por todos los usuarios a fin de no restringirla.

Representación fiel. - La información se debe presentar en su totalidad sin ocultar la realidad económica de la entidad, y si en su defecto algo de la información no puede ser medible hay que aproximarlos a la realidad.

Relevante. - La información a revelar debe ser capaz de influir en la toma de decisiones de los usuarios de la misma.

Esencia sobre forma. - Todas las operaciones de una determinada entidad deben ser presentadas por su real esencia y no solamente por cumplir con los condicionamientos legales.

Equilibrio entre costo beneficio. - Los beneficios obtenidos en un determinado período no deben superar los costos para su obtención o suministro.

Funciones de la contabilidad

Se distinguen las siguientes funciones:

Registrar. - A través de esta función se registran todas las operaciones de la organización tanto de ingreso como de salida.

Informar. - En el momento oportuno, es decir cuando se lo requiera, brindar una información clara y precisa de la situación financiera de la organización.

Preveer. - Esta función nos permitirá contar con anticipación las probabilidades a futura para la organización.

Comprobar. - Si el caso lo requiere tener un comprobante fidedigno ante terceras personas, para cualquier acto de carácter jurídico.

1.6.3 Gestión.

Sánchez (2014) manifiesta que: “se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, como, por ejemplo, empresas, organismos públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos”.

Se hace referencia a la acción y a la ciencia de gestionar y administrar los recursos. Ante ello podemos decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible realizar diversas operaciones comerciales. Por otro lado, Administrar, es la forma de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

1.6.4 Gestión de las cuentas por cobrar.

Longenecker (2012) afirma: “Administrar las cuentas por cobrar de una empresa se vuelve particularmente crucial durante una recesión, cuando los clientes tienen dificultad para pagar las cuentas. Se refiere a la resolución de la administración que obtiene una entidad, relacionándose a sus políticas generales

de crédito, cobranza y a la valoración de cada encargado de crédito en particular”.
(p. 653).

La administración de las cuentas por cobrar son las decisiones tomadas por una entidad en relación con sus políticas generales de crédito y la evaluación de cada candidato individual, también tiene como objetivo principal correlacionar los elementos de una empresa para disminuir el riesgo de crisis de liquidez y ventas a través de la gestión óptima de sus cuentas a cobrar a través de sus políticas de crédito y estrategia de cobro.

1.6.5 Cuentas por cobrar.

Horngren, Harrison y Oliver (2010) afirma que: “Se tiene una cuenta por cobrar cuando se venden a crédito bienes o servicios a un cliente. Las cuentas por cobrar es el derecho del vendedor sobre el monto de la transacción. También se tiene una cuenta por cobrar cuando se presta dinero a otra parte. De esta manera una cuenta por cobrar es en realidad el derecho a recibir efectivo en el futuro” (p. 430).

Como se muestra líneas arriba, las cuentas por cobrar representan los derechos debidos que una compañía tiene por las mercaderías vendidas a crédito, los servicios prestados, los préstamos otorgados o cualquier otro concepto, que pueden convertirse en activos líquidos o valores disponibles. El objetivo de las cuentas por cobrar es estimular las ventas y ganar clientes.

Importancia de las cuentas por cobrar

Pérez (2015) manifiesta que: “La importancia está asociada claramente con el giro del negocio y la competencia. Estos dos se relacionan con el otorgamiento

del crédito a los clientes. Es por esto que, las ventas a crédito se convierten en cuentas por cobrar realizando comúnmente a la empresa un elemento fundamental de los bienes que posee” (pp. 59-60). Dentro de la administración de cuentas por cobrar hay tres áreas de importancia con respecto al monto de dinero comprometido y son: las políticas de crédito, condiciones de crédito, políticas de cobro. Son importantes porque representan activos exigibles, derechos que la empresa tiene sobre sus clientes para obtener beneficios por mercancías vendidas y otros servicios que dicha empresa tenga.

Ventas.

De la Parra y Madero (2005) señala que: “Es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador”. (p. 33). Como lo indica el autor, es el intercambio de un bien o servicio por un monto de dinero pactado entre ambas partes, las ventas se dan de dos formas:

- **Ventas al contado:** Son aquellas ventas que se realizan y son canceladas al momento de la entrega del bien.
- **Ventas a créditos:** Es aquel que el pago se realiza después de la transferencia del bien, es decir que se establece un plazo de pago determinado para la cancelación de la deuda.

Nivel de ventas al crédito.

Fernández (2018) hace mención que: “El nivel de ventas al crédito es la cantidad total de bienes, productos vendidos al crédito, se debe realizar el reporte del nivel de ventas durante un período de un mes, un trimestre, semestre o hasta un año”. Tal como lo indica el autor el nivel de ventas al crédito son todas las ventas realizados bajo esta modalidad, cabe recalcar que dicho nivel de ventas al crédito se ve aumentado a medida que se sigue otorgando crédito a los clientes. Es necesario tener claro que un alto nivel de venta no significa un alto nivel de utilidades, y más aún cuando se trata de ventas al crédito, ya que no hay la certeza de poder cobrar a tiempo y en su totalidad.

1.6.6 Políticas de crédito de las cuentas por cobrar.

Según Córdoba. (2016) indica que: “La política de crédito de una empresa establece la determinación de conceder crédito a un cliente y el monto de este, estableciendo los respectivos estándares de crédito y la utilización correcta de estos al tomar decisiones de crédito” (p.70).

La política de crédito de una empresa es la orientación para que permite identificar si debe brindarse el crédito a un cliente, el importe de ésta y las condiciones correspondientes, ante esto la empresa debe tener en cuenta los patrones de crédito con los que opera, así como el uso correcto de estos patrones cuando se trate de tomar decisiones de crédito y evaluar las fuentes adecuadas y los métodos de análisis de información y crédito.

Cuando una empresa realiza operaciones de venta bajo la modalidad de crédito, dando un plazo razonable para su pago respectivo, resulta lógico que espera que el cliente pague sus cuentas en los términos convenidos en el contrato, para asegurar el margen de beneficio previsto en la operación. En política crediticia, se pueden distinguir tres modalidades, las mismas que son:

1.6.6.1 Modalidades de políticas de crédito.

Restrictivas: son caracterizadas por otorgar créditos en períodos cortos, en las cuales se detalla reglas de crédito de carácter rigurosas y una política de cobro agresivo. Esta política ayudará a minimizar pérdidas en cuentas dudosas e inversiones en la movilización de recursos en cuentas por cobrar. Este tipo de política puede resultar en ventas reducidas y márgenes de beneficio; la inversión es menor que aquellos que podrían obtenerse con niveles más altos de ventas, beneficios y cuentas por cobrar.

Liberales: Tienden a ser generosos en su otorgamiento. Teniendo en cuenta la competencia, no ejercen una gran presión en el proceso de cobranza y son menos exigentes en términos de condiciones y establecimiento de períodos para el pago de las cuentas. Esta política resulta en un aumento en las cuentas y cuentas por cobrar, así como en las pérdidas en cuentas incobrables y, por lo tanto, se estimulan los aumentos compensatorios en las ventas y las ganancias.

Racionales: son aquellos planteamientos que deben aplicarse de tal forma que se pueda lograr un flujo normal de crédito y cobranza. Se

implementan para que se cumpla el objetivo de la administración de las cuentas por cobrar y la gestión financiera en general. De esta forma, se potencia el retorno de la inversión de la empresa. Los créditos razonables se otorgan de acuerdo con las características de los clientes, y los gastos de cobro se aplican teniendo en cuenta las cobranzas que se realizarán, obteniendo un margen de beneficio conveniente.

1.6.6.2 *Condiciones de las políticas de Crédito.*

Comenzando por las condiciones de crédito, la empresa puede lograr mayores clientes, pero podrían acontecer efectos de varianza en su rentabilidad total. Se deben valorar los diferentes factores tanto positivos como negativos. Por ejemplo, para el descuento de pago inmediato, los cambios y los efectos en las utilidades se esperan porque el volumen de ventas debe aumentar, pero el precio por unidad disminuye. El período medio de cobro debe disminuir, reduciendo así el costo de la gestión de las cuentas por cobrar.

1.6.6.3 *Las 5 “C” del crédito.*

Gitman y Zutter, (2016) manifiesta: “Una técnica popular de selección del crédito es conocida como las **cinco “C” del crédito**, la cual proporciona un marco para el análisis crediticio en profundidad. Debido al tiempo y a los gastos que supone, este método de selección se emplea para solicitudes de crédito de mucho dinero”. (pág. 623).

El análisis de esta técnica no produce una decisión para aceptar o rechazar el crédito, por tanto, se necesitará de un analista experimentado para la revisión correspondiente antes de otorgar las solicitudes de crédito, pero sus aplicaciones tienen a asegurar que los clientes o solicitantes que requieren un crédito paguen dentro de los plazos y términos establecidos, sin que involucre presión. Las cinco “C” del crédito son las siguientes:

Características del solicitante. - Permite analizar el historial del solicitante del crédito sobre el cumplimiento de obligaciones pasadas.

Capacidad. - Es la capacidad del solicitante para poder pagar el crédito que requiere.

Capital. - Es la deuda del solicitante en relación con las acciones.

Colateral. - La cantidad de activos que posee el solicitante a fin de asegurar el crédito que se brinde, entonces podemos decir que mientras más activos posee el solicitante mayor posibilidad tiene la empresa para recuperar los fondos en el caso el solicitante incumpla con el contrato de crédito.

Condiciones. -Generales y específicas en el momento de la transacción, así como cualquier otra condición que se encuentre alrededor de una determinada transacción.

1.6.6.4 Calificación de crédito.

Es un método de selección para otorgar créditos, aplica

ponderaciones como resultados estadísticos a los puntajes de las características financieras y crediticias del cliente o solicitante, para así poder predecir si el crédito brindado será pagado de manera oportuna.

1.6.6.5 *Términos del crédito.*

Son las condiciones de venta para aquellos clientes a quienes se les brindará un crédito.

Descuento por pago al contado

(...) El descuento por pago al contado brinda un incentivo a los clientes para que paguen antes. (Gitman y Zutter, 2016, p. 629)

Al iniciar un descuento por pago al contado, permite reducir las cuentas incobrables, ya que los clientes pagarán antes, los volúmenes de las ventas aumentarán ya que los clientes requerirán más productos toda vez que se pagará un precio inferior por el mismo, esto afectará de manera positiva a la utilidad, los gastos por deudas retrasadas o incobrables disminuirán. Ante ello las empresas tendrán que evaluar el costo beneficio que acarrea la aplicación de este término de crédito.

Para brindar un descuento por pago al contado se tiene en cuenta el período, es decir los días que transcurrirán desde el inicio de la vigencia del crédito hasta que se cumpla el pago del total de la cuenta, aumentar este período conllevaría a que la empresa pueda fallar al momento de hacer frente a sus obligaciones, entonces

mientras más cercano sea el período de tiempo con el cual se ofrezcan dar crédito, éste garantizará la solvencia de la misma.

1.6.6.6 Supervisión del crédito.

Es un tema final que la empresa tomará en cuenta al momento de administrar o gestionar sus cuentas por cobrar, entonces hablamos de la supervisión del crédito de manera continua, así la empresa podrá determinar si los pagos por parte de sus clientes están desarrollándose teniendo en cuenta los términos establecidos, de lo contrario esto permitirá identificar el problema que tiene la empresa con pagos retrasados, siendo éstos costosos porque alargará el período promedio de cobro.

1.6.6.7 Formulación del crédito.

Los pagos de los créditos brindados a un cliente pueden ser promesas verbales o escritas, para este último es preciso documentarlos, que pueden hacerse a través de cheques, pagares y letra de cambio, o reconocimientos de deuda, ya que estas promesas formalizadas mediante documentos son las que tendrán mayor garantía jurídica. Para la formalización del crédito a través de documento se requiere lo siguiente:

- a. El cliente deberá llenar una solicitud de crédito; formato en el cual se incluye información relevante para la empresa, tales como: domicilio fiscal, conformación de la sociedad o del negocio, descripción de la cantidad de mercancía o del servicio,

valor unitario e importe total en número, referencias bancarias, proveedores y clientes con los que realiza operaciones actualmente.

- b. La solicitud deberá contener un párrafo en el cual el cliente acepte y autorice que se consulte información sobre él que proporcionen terceros, tales como agencias, bancos, proveedores, etc.
- c. El cliente según el caso lo requiera deberá proporcionar información financiera: Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.
- d. Tras la evaluación y análisis de la información brindada por el cliente el departamento de crédito de la empresa informará el plazo en el que se resolverá la solicitud de crédito, tanto al departamento de ventas como al cliente.
- e. La respuesta a la solicitud, ya sea positiva o negativa, se dará por escrito, firmada por el gerente tanto de crédito y cobranza como por el de ventas, informándole al cliente el resultado, en caso la respuesta sea positiva de debe indicar el límite de crédito asignado y las principales políticas de crédito que aplica la empresa.

1.6.6.8 Factura.

Según Maldonado (2014) señala que: “La factura es el comprobante de pago que, por lo general, es utilizado en transacciones

entre empresas o personas que necesitan sustentar el pago del IGV en sus adquisiciones, a fin de utilizar el denominado crédito fiscal, así como gasto o costo para efecto tributario”. (P. 31).

La factura es un documento que tiene validez legal y fiscal, su emisión es de carácter obligatorio en el cumplimiento de operaciones mercantiles, dicho documento autentifica que se ha prestado o recibido un servicio y/o se ha comprado o vendido un producto. En la factura se incluyen todos los datos referentes a la operación.

1.6.7 Políticas de cobranza.

Gitman y Zutter (2012), menciona que: Políticas de cobranza son procedimientos que la empresa emplea para realizar la cobranza de las cuentas por cobrar cuando las mismas llegan a su vencimiento”. Tal como lo menciona el autor son procedimientos, lineamientos a seguir empleados por la empresa para realizar el cobro del crédito en su vencimiento.

Cobranza

Es aquella por medio de la cual la empresa ejerce una acción de recuperación del crédito, a fin de que el cliente realice el cumplimiento de sus compromisos de pago de su deuda dentro de los plazos establecidos con la empresa. Para lograr dicho cometido, esta acción de recuperación del crédito debe estar contenida en las políticas de cobro de la empresa.

Importancia

Solutions (2016) Manifiesta que: “La Cobranza es un importante servicio que permite el mantenimiento de los clientes al igual que abre la posibilidad de

volver a prestar; es un proceso estratégico y clave para generar el hábito y una cultura de pago en los clientes. La cobranza puede ser vista también como un área de negocios cuyo objetivo es generar rentabilidad convirtiendo pérdidas en ingresos”. También se puede decir que es importante el cobro del crédito porque las cuentas por cobrar son el resultado de un incremento importante de colocación de los productos en el mercado, a través de las ventas a crédito. Por lo tanto, la disponibilidad de liquidez para el capital de trabajo de la empresa depende de una gestión eficaz de la cobranza como resultado del manejo adecuado de los ingresos.

Política de cobro

Según Wordpress (2014):

Las políticas de cobro son los procedimientos que sigue la empresa para cobrar los créditos que ha otorgado a sus clientes. “Cualquier sistema de cobranzas para que tenga éxito debe recibir dinero. Este objetivo se vuelve menos obvio y bastante menos probable de lograr cuando se agregan los requerimientos adicionales de retención del buen nombre, la rehabilitación del deudor, la prontitud en el pago y la operación económica”.

La eficacia de las políticas de cobro se refleja en el volumen de cuentas incobrables registradas por la empresa. Los cobros no deben ser agresivos, si los pagos no se reciben hasta la fecha de vencimiento, debe esperar un período razonable antes de iniciar los procedimientos de cobro. De acuerdo con el objetivo que se establezca en la empresa, referente a la cobranza de los créditos otorgados a los clientes, será el marco de referencia para establecer las políticas de cobranza.

Las políticas de cobranza son procesos que se desarrollan en las empresas con el fin de recaudar valores de sus clientes como pago por productos o servicios prestados. Es conveniente que las políticas de cobro sean analizadas periódicamente o de acuerdo a los requerimientos y actividad de la compañía al establecer las políticas de cobro es necesario contemplar los siguientes elementos:

1.6.7.1 Elementos de la política de cobro.

Morales (2014):

Señala que: existen los siguientes elementos de las políticas de cobro:

Condiciones de venta:

Una empresa cuando realiza ventas a crédito, se establecen condiciones de venta en cuanto al crédito otorgado, que comprende: plazo, los porcentajes de descuento, fechas de pago, lugares donde efectuar los abonos a los créditos, tasas de interés, etc., y en cuanto a la entrega de las mercancías, características, garantías, usos, limitaciones, cuidados, etc. .Para implementar una adecuada política de cobranza el personal del área de cobranza debe conocer las interpretaciones y aplicaciones de las condiciones de venta establecidas en el crédito así como todos los involucrados que tengan trato con los clientes para que puedan explicar las condiciones de pago. (p.165).

Plazos de cobro:

La política también debe hacer mención al intervalo de tiempo que se deberá esperar para exigir la segunda acción siempre que no se

haya logrado la cancelación de la cuenta. Es necesario también considerar el tiempo a esperar para la entrega del correo, el número de recordatorios, existe empresas que realizan convenios con empresas para recibir los pagos de sus clientes. (p.165).

1.6.7.2 Documento utilizado en la cobranza.

Briones y García (2017) hace mención que: “Los documentos utilizados en el área de crédito y cobranza deberán registrarse bajo una política, aplicado a los requerimientos de la empresa”, tales como:

Pagaré. - Es un instrumento negociable, lo cual es una promesa, dirigida de una persona a otra, comprometiéndose a pagar en una fecha fija cierta cantidad de dinero en unión a intereses a una tasa específica.

Letra de Cambio. - Está regulada por el código de comercio. Es un documento formal que gira una persona a otra que se hace cargo del pago, en la fecha que se indica que se pague cierta cantidad de dinero a quien indique el referido documento.

Cheques: En la ley de cheques, es un documento de pago inmediato, contra un banco para que este pague determinada cantidad de dinero a favor de un tercero.

1.6.7.3 Pautas del departamento de cobranza.

El ejecutivo de cobranza debe tener en cuenta:

- a) El éxito de su departamento depende de que logre una cobranza puntual. No debe permitir que se retrasen los clientes, ya que esta

es la clave para que el porcentaje de eficiencia de la cobranza sea alto, cuanto más tiempo pase en la cobranza, mayor será la probabilidad de que se vuelva incobrable.

- b) Debe desarrollar habilidades especiales para cobrar las cuentas vencidas sin perder al cliente.
- c) No debe aplicar tratamientos generales, cada cliente es un caso especial que requiere estudios de la técnica que debe aplicarse en el momento adecuado.

1.6.7.4 Factores que afectan las políticas de cobranza.

Según Morales (2014) afirma que:

Capital:

Considerado como el monto de capital que una empresa dispone para un diseño de la política de cobro, dado que, si no recupera los créditos, la empresa requerirá recursos financieros. En caso la empresa no cuente con un capital de trabajo suficiente y solo depende de la rotación de sus ventas para contar con los fondos significa una pérdida de recursos para la compañía.

Competencia:

Es necesario saber, ¿Qué hace la competencia? Porque una empresa que oferte mejores condiciones en la forma de pago, será más atractiva para los clientes y aquellas empresas que su política de cobro sea más estricta perderá y afectará a sus resultados financieros.

Tipo de mercancía:

En la medida que se venda una mercancía perecedera mayor será la necesidad del pronto pago de la cuenta por cobrar y, por lo tanto, debe mantener políticas más estrictas de cobro.

Clases de clientes:

Existen diferentes tipos de clientes algunos suelen pagar de forma regular y casi inmediatamente en respuesta a una llamada o recordatorio de que el tiempo de pagar su crédito ha terminado, las estrategias que deben usarse con estos tipos de clientes no son tan estrictas. Para tomar una decisión acertada sobre las políticas de cobranza que se adoptarán, debe enfocarse solo a hacer un ligero recordatorio. Por otro lado, tenemos clientes para los cuales si se debe adoptar una política donde se incluyan la amenaza de la acción legal inmediata. (p.165).

1.6.7.5 Beneficios de establecer la política de cobranza.

Es importante dispongan de una política de cobro, dado que la misma proporciona beneficios en relación a la recuperación de cartera y al funcionamiento en general.

Priorizar los aspectos más importantes. - El manejo de cuentas por cobrar es una actividad que requiere de constante dedicación en ocasiones puede pasar que los ejecutivos se ocupan de otras tareas, dejando de lado la cobranza.

Estabilidad en el trato de los clientes. - Al disponer de una política de cobranza, se facilita la toma de decisiones.

Consistencia en su propia empresa. - Al contar con la política de cobro se establece por escrito las expectativas que tiene la empresa en relación a cada uno de sus trabajadores.

1.6.7.6 Técnicas de procedimiento de cobranza.

Las empresas utilizan variadas modalidades de procesos de cobro, la gestión de cobro se hace más personal y más escrita, estas son las que normalmente siguen las empresas:

Comunicación escrita. Después de algunos días, iniciado a partir de la fecha de vencimiento de una cuenta a cobrar, generalmente la empresa envía una comunicación escrita, tipo carta, en buenos términos, recordando al cliente de su obligación. Si la cuenta no se cobra dentro de un período que ha finalizado una vez enviada la comunicación, se envía un segundo mensaje más urgente.

Llamadas telefónicas. Si las cartas no tuvieran efectividad, el gerente de créditos de la empresa puede llamar al cliente y exigirle el pago inmediato. Si el cliente presenta razones suficientes, se pueden plantear arreglos para prorrogar el período de pago.

Agencias de cobro. Cualquier empresa puede relacionarse con una entidad bancaria y pactar que esta realice los cobros a las personas o empresas que no hagan efectivos sus pagos a tiempo. Al utilizar esta

modalidad de cobro, las cantidades percibidas pueden ser mucho menores de las que se esperan por el coste de este servicio tercerizado.

Acción legal. La presente modalidad es la más seria, y la más acercada a la Ley puesto que aquí se puede hacer uso de la firma de la persona contratante, como garantía para iniciar un juicio que puede a la par de ser costoso, terminar por alejar al cliente de la empresa, o incluso significar pérdidas económicas para la empresa.

1.6.7.7 Tipos de Políticas de cobranza.

Según Armijo (2015):

Señala que: existen tres tipos de políticas

Política restrictiva:

Es la concesión de períodos cortos, normas de crédito estrictas y una política de cobranza agresiva. Esta política contribuye a reducir al mínimo las pérdidas en cuentas de cobro dudoso y la inversión movilización de fondos en las cuentas por cobrar. Pero a su vez éste tipo de políticas pueden traer como consecuencia la reducción de las ventas y los márgenes de utilidad, la inversión es más baja que las que se pudieran tener con niveles más elevados de ventas, utilidades y cuentas por cobrar.

Políticas liberales:

Son las opuestas a las políticas restrictivas tienden a ser generosas. Estas políticas traen consigo un incremento de las cuentas y efectos por cobrar, así como también un alto índice de morosidad.

Las políticas racionales:

Son aquellas que deben aplicarse de tal manera que se logre los objetivos del departamento de créditos y cobranzas y de la empresa en general. Este objetivo consiste en maximizar el rendimiento sobre la inversión de la empresa, se conceden los créditos a plazos razonables según las características de los clientes y los gastos de cobranzas se aplican tomando en consideración los cobros a efectuarse obteniendo un margen de beneficio razonable.

1.6.8 Análisis de las cuentas por cobrar.

Según los autores Warren, Reeve y Duchac (2012), sostiene que: “La recuperación lo más pronto posible de las cuentas por cobrar mejora la solvencia de las empresas. Además, el efectivo que se obtiene de las cuentas por cobrar sirve para mejorar o ampliar las operaciones. La recuperación rápida de este concepto reduce el riesgo de las cuentas incobrables” (p. 420).

Este proceso se utiliza para medir el grado de solvencia y liquidez que presenta la empresa en determinado momento, de esta manera, y con un manejo apropiado de las cuentas por cobrar se podría llegar a una mejora gradual de la liquidez de la empresa, hasta terminar por hacer sostenible la solvencia de la empresa.

1.6.9 Razones de gestión.

Loyola (2016) hace referencia que: “Las razones de gestión miden la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo, miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos”. (p.23).

Las razones financieras de gestión miden la rapidez y el grado de eficiencia con la que diversas cuentas del activo se convierten en ventas o efectivo, teniendo en cuenta su velocidad de recuperación, expresando el resultado mediante índices o número de veces, los cuales permiten responder a las preguntas: ¿qué tanto tiempo le toma a la empresa el cobro de sus deudas?, ¿cuánto le toma a la empresa pagar lo que debe? o ¿cuál es la capacidad de una organización para generar recursos a partir de sus activos?.

Razón Rotación de las cuentas por cobrar

Según Ochoa. y Saldívar (2012), indica lo siguiente: “La rotación de las cuentas por cobrar es una razón que se calcula para obtener información acerca de la convertibilidad de las cuentas por cobrar”. (p. 277). Ratio que nos muestra las veces en promedio las cuentas por cobrar son generadas y cobradas durante un año, si el resultado es creciente, indica rapidez en el cobro de las cuentas.

$$\text{Rotación de las cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas anuales al Créd.}}{\text{Cuentas por Cobrar promedio}}$$

Razón Período promedio de cobro

“La rotación de las cuentas por cobrar proporciona información acerca de, cuántas veces en promedio las ventas a crédito son cobradas, durante un período de tiempo específico, convirtiendo su saldo en efectivo”. (Domínguez, 2015). Esta razón financiera de gestión, indica el número de días que se demora una empresa para que las cuentas por cobrar comerciales se conviertan en efectivo, mientras el número de días es menor significa que más rápido se efectúa la cobranza las cuentas que nos adeudan los clientes, permitiendo evaluar de esta manera la efectividad de las políticas de crédito y cobranza.

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{360 \text{ días}}{\text{Rotación de las cuentas por cobrar}}$$

Según Ochoa y Saldívar (2012), sostiene que: “La rotación de los inventarios sirve como una medida de la calidad de la liquidez de los inventarios. Esta calidad está representada por la habilidad de un negocio para comprar y vender los inventarios si incurrir en pérdidas”. (p. 278). Razón financiera que nos muestra el número de veces en que los inventarios son convertidos a una partida del activo líquido o que han sido repuestos, mientras mayor sea el número de veces mayor eficaz será la gestión de ventas. Se calcula dividiendo el costo de venta o costo de los bienes vendidos entre los inventarios, el cual nos indica las veces que se compra y termina el inventario.

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventarios}}$$

Razón Período de venta de inventarios

Esta razón mide el número de días en promedio que transcurren para lograr vender el inventario.

$$\text{Período de ventas de Inventario} = \frac{360 \text{ días}}{\text{Rotación de inventarios}}$$

Razón Período de Conversión de inventarios

Según Ochoa y Saldívar (2012), sostiene que: “Esta razón toma en cuenta el caso de las empresas que venden sus inventarios a créditos; para ello combinan período de venta de los inventarios con el período promedio de cobro de las cuentas por cobrar”. (p. 279). Esta razón toma en cuenta el número de días que transcurren desde que el inventario es adquirido hasta su conversión en efectivo, esto gracias a una buena aplicación de las políticas de crédito y cobranza.

$$\text{Período de conversión del Inventario} = \text{Período Ventas del Inventario} + \text{Período promedio de cobro}$$

Período Promedio de Pago

Según Gitman y Zutter (2016), sostiene que: “El período promedio de pago, o edad promedio de las cuentas por pagar, se calcula de la misma manera que el periodo promedio de cobro”. (p. 77). Esta razón financiera hace referencia al número promedio de días que una determinada empresa tarda o demora en pagar a sus proveedores, siendo lo más conveniente que se pague en un período largo,

de calcula dividiendo las cuentas por pagar comerciales entre las ventas a crédito
multiplicado por 360 días.

Período Promedio de Pago =	CxP Comerciales	* 360
	<hr/>	
	Ventas anuales a crédito	

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Operacionalización de la Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES DE LOGRO
Cuentas por Cobrar Comerciales	Moyer, MaGuigan, Kretlow (2000) mencionan: “Las cuentas por cobrar se definen como el crédito que una compañía otorga a sus clientes en la venta de bienes o servicios”.	Para una adecuada gestión de las cuentas por cobrar su correspondiente medición se realizará a través del volumen de ventas a crédito, las políticas de crédito y políticas de cobranza, así como a como por medio de las razones financieras de gestión de las cuentas por cobrar.	Nivel de ventas al crédito.	Volumen de ventas a crédito en el período 2018
			Políticas de crédito	Nivel de cumplimiento de los procedimientos de políticas de crédito establecidas por la empresa.
			Políticas de cobranza	Nivel de cumplimiento de los procedimientos de políticas de cobro establecidas por la empresa al vencimiento de las cuentas por cobrar.
			Razones de Gestión de las cuentas por cobrar	Rotación de las cuentas por cobrar.
				Plazo promedio de cobro
				Rotación de inventario.
				Período de venta de inventario.
				Período de conversión del inventario.

2.2. Diseño de investigación

La presente investigación es de tipo:

No experimental:

Hernández, Fernández, y Baptista (2010) acerca de Diseño no experimental indica que: “Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.” (p.149). En el presente trabajo de investigación se cuenta con una sola variable que es Cuentas por Cobrar Comerciales, la que no se manipula y será analizada tal como se encuentran en el entorno.

Transversal:

Según Bernal (2010) citado por Carrera señala que: “Es un estudio estadístico, estudio observacional y descriptivo, que mide la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra de la población en un solo momento. Los datos que recolectaremos en el presente trabajo de investigación se dará en un tiempo o momento determinado, en este caso es el período contable 2018.

Descriptiva:

Vara (2015) acerca de la investigación descriptiva señala “Estos diseños están hechos para describir con la mayor precisión y fidelidad posible una realidad empresarial (...)”

Según lo indicado por este autor la investigación descriptiva es plasmar la información encontrada en una determinada entidad empresarial de manera real y objetiva (p. 244). En el trabajo de investigación se realizará una descripción minuciosa y/o exhaustiva de la gestión de las cuentas por cobrar comerciales.

Cualitativa:

Bernal (2010) citado por Torres y Avelino acerca de la investigación cualitativa menciona que: “Se enfoca en el proceso y significado de sus relaciones con el entorno, son de índole interpretativa. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (p.60).

Tal como lo menciona el autor la investigación cualitativa se utiliza para describir detalles que ayudan a explicar el comportamiento. También nos ayuda a comprender el por qué, cómo o de qué manera de dan los hechos.

2.3. Unidad de estudio

Empresa comercial de combustible en el período 2018.

2.4. Población

Vara (2015) señala: “Población es el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, documentos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) a investigar. “La población es un conjunto de sujetos o cosas que tiene una o más propiedades en común. Se encuentra en un espacio o territorio y varía en el transcurso del tiempo” (p. 261). Como el autor lo señala la población es la totalidad en espacio y territorio de todas las personas, empresas, documentos y demás que involucra la investigación.

En el presenta trabajo de investigación la población estuvo conformada por los departamentos de: ventas, crédito y cobranza, administración, dirección de la Empresa comercial de combustible en el período 2018.

2.5. Muestra

Vara (2015) en cuanto a muestra señala:

Es el conjunto de casos extraídos de la población seleccionados por algún método racional. La muestra siempre es una parte de la población, si tiene varias poblaciones, entonces tendrá varias muestras. La muestra es una pequeña parte de la población total en proceso de investigación aplicando algún método de selección, toda vez que es allí donde se incide para poder aplicar los instrumentos y técnicas de investigación para luego poder generalizar los resultados obtenidos (p. 261).

Se utiliza el Muestreo no probabilístico, por conveniencia, es un muestreo en el cual las investigadoras seleccionaron a 5 personas de los departamentos involucrados en el trabajo de investigación, se seleccionan porque son más accesibles para la recolección de la información.

Tabla 1

Tamaño de Muestra

Población	Departamento	Cantidad	Porcentaje
Jefe Crédito y Cobranza	Crédito y cobranza	2	40%
Contador	Administrativa	1	20%
Gerente administrativo	Administrativa	1	20%
Gerente General	Dirección	1	20%
Total		5	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

2.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

2.6.1. Técnicas

Encuesta:

Quispe (2013) nos señala lo siguiente: “encuesta es la forma de obtener datos directamente del personal de una forma sistemática y estandarizada, por lo cual se detalla una serie de preguntas, las preguntas por lo general se presentan de forma escrita llamado cuestionario, esto es aplicado a todas las personas de una parte o población”.

Al aplicar una encuesta, debemos tener presente el problema específico, toda vez que a partir de ello se elaborarán las preguntas que contendrá el cuestionario y estarán enmarcadas a recolectar información referente a ello, además este cuestionario se debe aplicar a una determinada cantidad de personas es decir a una muestra.

En el trabajo de investigación se aplicará dicho cuestionario a 5 personas de los departamentos involucrados para dar a conocer los procedimientos de la gestión de las cuentas por cobrar de la empresa.

Observación: Permite observar la realidad que durante el desarrollo de las operaciones de la empresa en estudio y poder diagnosticar la problemática en el área Crédito y Cobranza.

2.6.2. Instrumentos.

Cuestionario:

Bernal (2010) citado por Carrera señala que.

Esta técnica se aplica para recabar información del análisis del objeto de estudio y del centro del problema de investigación. Por lo general el cuestionario se conforma en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a ser medidas. Técnica o método que se utiliza para coleccionar información referente a la opinión de un grupo de personas sobre un tema determinado o tema a investigar, siendo éste el punto principal, puesto que a partir de ello se elaborarán las preguntas a fin de poder obtener información relevante.

Ficha o Guía de Observación:

Bernal (2010) citado por Carrera señala que: “La Guía de observación permite obtener información directa y honesta, siempre y cuando se haga mediante un proceso sistematizado y controlado”. El objeto de estudio estuvo aplicado al departamento de crédito y cobranzas para verificar el nivel cumplimiento de las políticas de crédito y políticas de cobranza.

2.7. Técnicas, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

2.7.1. De análisis de datos.

La información obtenida en el presente trabajo de investigación será recolectada en el departamento de crédito y cobranza de la empresa de combustible en estudio durante el período 2018, y será procesados de la siguiente manera:

Programa Informático. - Se utilizará el Programa Excel, herramienta para procesamiento de información de manera rápida, sencilla y exacta, realizando cálculos y presentarlos a través de tablas, figuras, gráficos.

Tablas. - Son celdas que contienen datos, y la fila superior se utiliza para el encabezado, que es el que permite conocer los datos que contendrá la columna, esto nos permitirá organizar, procesar y presentar la información recolectada durante el proceso de investigación.

Figuras o gráficos. - Presentada la información a través de las tablas, ésta puede ser visualizada a través figuras y gráficos, permitiendo tener mayor detalle de lo que se desea presentar, facilitando de esta manera el análisis e interpretación de la misma.

2.7.2. Procedimientos.

- Se aplicará los instrumentos de medición, a la muestra de estudio.
- Se recolectará y levantará la información.
- Procesar la información en el programa Excel en tablas y posteriormente a través de gráficos.
- Analizar e interpretar la información de acuerdo a los objetivos de investigación.
- Se elaborará la discusión con ayuda del marco teórico.
- Proponer conclusiones y sugerencia a la investigación.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados

En este capítulo presentaremos el análisis de la gestión de cuentas por cobrar, lo que comprende un resumen de la información obtenida en el departamento de Crédito y Cobranza de la empresa comercial de combustible, durante sus actividades diarias, la cuales serán evaluadas a través del análisis del cuestionario aplicada a personal clave en la empresa, análisis de la ficha de observación y análisis de las razones financieras.

3.2. Volumen de ventas Anuales de Empresa Comercial de Combustible en el período 2018.

Tabla 2

Volumen de Ventas Anuales de la Empresa Comercial de Combustible en el Período 2018

Mes	Ventas sin IGV	IGV	Ventas Netas	Ventas a crédito sin IGV	IGV	Ventas a crédito Netas
Enero	334,059.32	60,130.68	394,190.00	57,116.10	10,280.90	67,397.00
Febrero	359,137.29	64,644.71	423,782.00	46,238.98	8,323.02	54,562.00
Marzo	281,268.64	50,628.36	331,897.00	72,567.80	13,062.20	85,630.00
Abril	441,573.73	79,483.27	521,057.00	57,991.53	10,438.47	68,430.00
Mayo	582,127.12	104,782.88	686,910.00	75,789.83	13,642.17	89,432.00
Junio	462,482.20	83,246.80	545,729.00	47,443.22	8,539.78	55,983.00
Julio	416,765.25	75,017.75	491,783.00	64,491.53	11,608.47	76,100.00
Agosto	338,305.93	60,895.07	399,201.00	74,269.49	13,368.51	87,638.00
Setiembre	432,453.39	77,841.61	510,295.00	78,520.34	14,133.66	92,654.00
Octubre	404,349.15	72,782.85	477,132.00	55,086.44	9,915.56	65,002.00
Noviembre	557,790.68	100,402.32	658,193.00	64,013.56	11,522.44	75,536.00
Diciembre	473,566.10	85,241.90	558,808.00	68,844.92	12,392.08	81,236.00
TOTALES	5,083,878.81	915,098.19	5,998,977.00	762,373.73	137,227.27	899,600.00

Fuente: Empresa de combustible 2018.

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

Análisis

La tabla muestra el volumen de ventas del periodo contable 2018 de la Empresa de Combustible, detallada mensualmente, y para el presente trabajo de investigación nos centraremos en las ventas al crédito que dan origen a las cuentas por cobrar, variable en estudio.

3.3. Nivel de cumplimiento de los procedimientos de las políticas de crédito.

Para la recolección de datos a este ítem se aplicó el instrumento ficha de observación para 5 actividades.

Tabla 3

Resultado del Nivel de Cumplimiento de las Políticas de Crédito

<i>Observación de 5 Actividades</i>			
Preguntas	Valoración		
	Adecuada	Deficiente	Inadecuado
Evaluación Crédito	3	1	1
Formalización Crédito	4	1	0
Aplicación de Términos Crédito	4	1	0
Aplicación de Términos Pago	3	1	1
Facturación	3	1	1

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

Análisis

La tabla muestra que, de las 5 actividades observadas en cuanto al cumplimiento de las políticas de crédito, solo en 3 de ellas se observa que el jefe de crédito y cobranza realiza la evaluación del crédito, aplicación de términos de pago y facturación mientras que en 1 actividad es deficiente y 1 inadecuada; por otro lado, en 4 de las 5 actividades

se observa que se realiza la formalización y se aplica de los términos de crédito y en 1 actividad se observa deficiencia.

3.4. Nivel de cumplimiento de los procedimientos de las políticas de cobranza.

Para la recolección de datos a este ítem se aplicó el instrumento ficha de observación para 5 actividades.

Tabla 4

Resultado del Nivel de Cumplimiento de las Políticas de Cobranza

<i>Observación de 5 Actividades</i>			
Preguntas	Valoración		
	Adecuada	Deficiente	Inadecuado
Cumple procedimiento de Cobranza	3	2	0
Aplicación. Formas cobranza	3	2	0

Fuente: Anexo 4

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

Análisis

La tabla muestra que, de las 5 actividades observadas en cuanto al cumplimiento de las políticas de cobranza, solo en 3 de ellas se observa que el jefe de crédito y cobranza con la aplicación de los procedimientos de cobranza haciendo uso de las formas establecidas, mientras de 2 de las 5 actividades las hace de manera deficiente.

3.5. Análisis del cuestionario

Nivel Ventas a crédito

1. ¿Establecen un monto mínimo para brindar ventas a crédito?

Tabla 5

Resultado Referido a Monto Mínimo para Brindar Ventas a Crédito

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	0	0	0%
A veces	1	1	20%
Nunca	4	5	80%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

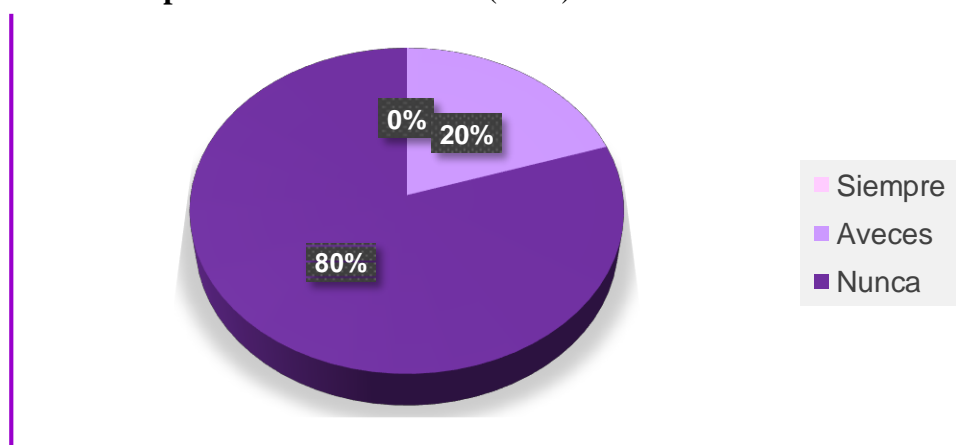


Figura 1: Resultado Referido a Monto Mínimo para Brindar Ventas a Crédito.

Fuente: Tabla 5

Análisis

La tabla y la figura nos muestran que del total de personas encuestadas el 80% indica que la empresa no tiene establecido en su manual de políticas de crédito y

cobranza un monto mínimo para brindar crédito, ya que ello lo evalúan según la necesidad del cliente, sin embargo, un 20% refiere que a veces si se determina un monto mínimo y que ello lo hacen cuando el cliente solicita el crédito.

2. ¿Establece un monto máximo para brindar ventas a crédito?

Tabla 6

Resultado Referido al Monto Máximo para Brindar Ventas a Crédito

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	0	0	0%
A veces	0	0	0%
Nunca	5	5	100%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

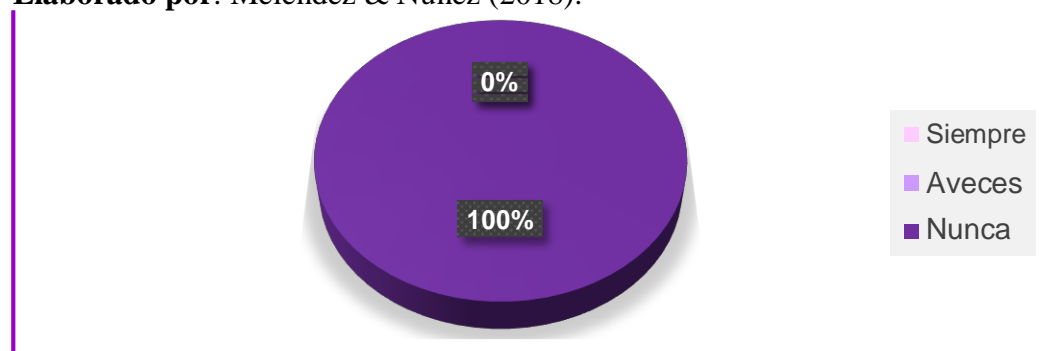


Figura 2: Resultado Referido a Monto Máximo para Brindar Ventas a Crédito.

Fuente: Tabla 6

Análisis

La tabla y la figura nos muestran que el total de las personas encuestadas, el 100% refieren que la empresa de combustible, no tiene establecido en su manual de políticas

de crédito y cobranza un monto máximo para brindar crédito, lo evalúan de acuerdo a la información recolectada del cliente en función al historial crediticio, capacidad de pago y a través de Estados Financieros si el caso lo requiere.

3. ¿Cuentan con un reporte de ventas a crédito mensual?

Tabla 7

Resultado Referido a Reporte de Ventas a Crédito Mensual

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	5	5	100%
A veces	0	0	0%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

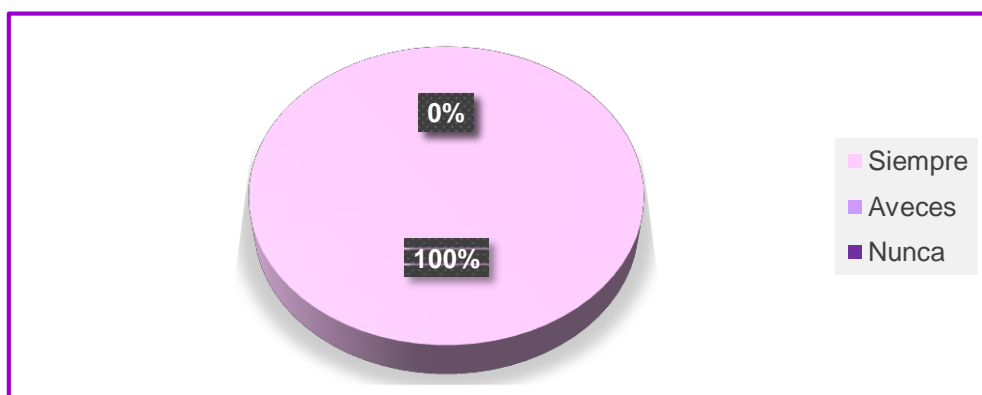


Figura 3: Resultado Referido a Reporte de Ventas a Crédito Mensual.

Fuente: Tabla 7

Análisis

La tabla y la figura nos muestran que la totalidad de las personas encuestadas, refiérase al 100% indica que la Empresa de Combustible si cuenta con un reporte de sus

ventas a crédito de manera mensual, esto lo hacen para poder controlar y hacer el seguimiento correspondiente al cliente por la fecha de vencimiento del crédito otorgado e ir controlando la liquidez con la que dispondrá la Empresa.

4. ¿Cuentan con un reporte de ventas a crédito por período contable?

Tabla 8

Resultado Referido a Reporte de Ventas a Crédito por Período Contable

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	5	5	100%
A veces	0	0	0%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

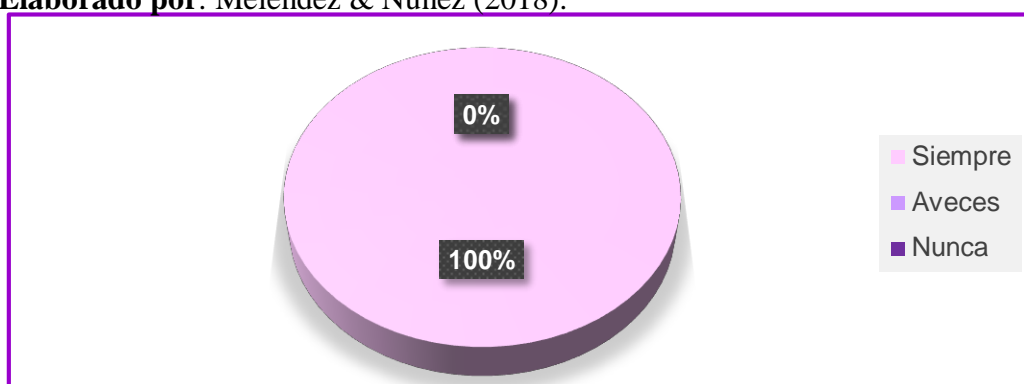


Figura 4: *Resultado Referido a Reporte de ventas por Periodo Contable.*

Fuente: Tabla 8

Análisis

La tabla y la figura nos muestran que la totalidad de las personas encuestadas, el 100% indica que la Empresa de Combustible si cuenta con un reporte de sus ventas a

crédito al término del período contable, a fin de poder tener un registro del monto total de las ventas a crédito otorgadas, el que servirá para determinar y analizar las razones financieras, así como su control y recuperarlas en el momento y tiempo establecido.

5. ¿Existe una base de datos de los clientes?

Tabla 9

Resultado Referido a Base de Datos de Clientes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

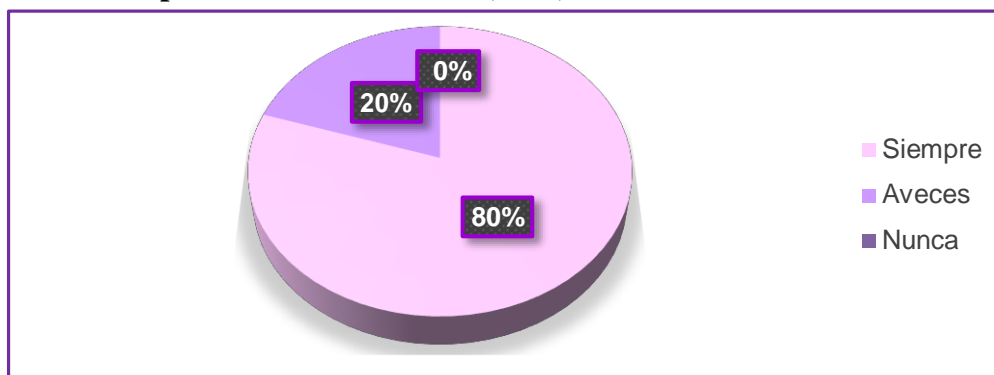


Figura 5: Resultado referido a la verificación de cliente en base de datos.

Fuente: Tabla 9

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% indica que, si se verifica al cliente en la base de datos, a fin de corroborar la veracidad

de los mismos, mientras que por otro lado sólo el 20% indica que a veces hace la verificación en la base de datos, refiriendo que son cliente fieles y honrados.

6. ¿Existe una persona responsable que brinde el crédito?

Tabla 10

Resultado Referido a la Verificación a Existencia de Persona Responsable de Brindar un Crédito

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

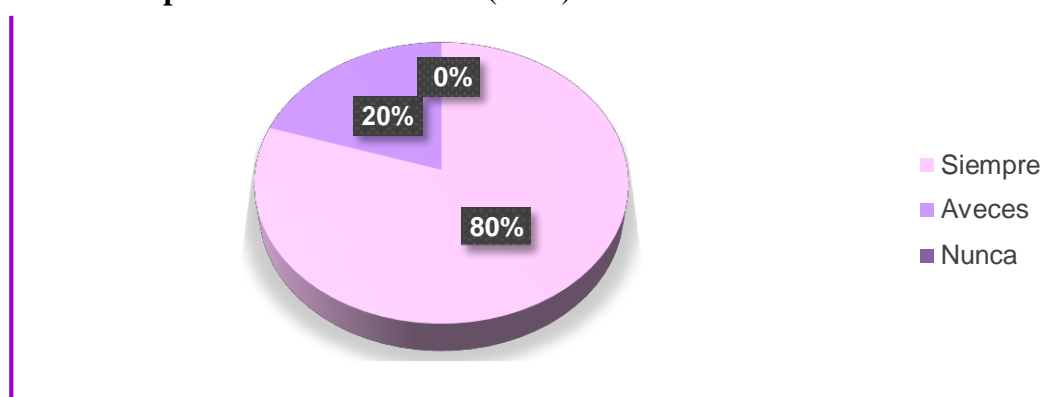


Figura 6: Referido a la Verificación a Existencia de Persona Responsable de Brindar un Crédito.

Fuente: Tabla 10

Análisis

La tabla y la figura muestran que el 80% del total de encuestados señalan que, si existe una persona responsable del brindar crédito, mientras que por otro lado sólo el

20% indica que a veces no se cuenta con personal exclusivo para desarrollar las actividades de los procedimientos de gestión de las cuentas por cobrar.

7. ¿Para brindar un crédito se consulta al departamento de crédito y cobranza?

Tabla 11

Resultado Referido a Consultar al Departamento de Crédito y Cobranza para Brindar Créditos a los Clientes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	5	5	100%
A veces	0	0	0%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

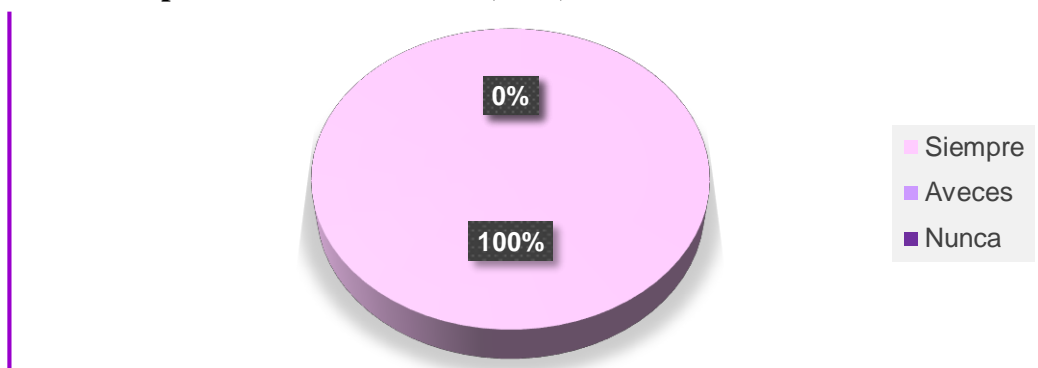


Figura 7: Resultado Referido a Consultar al Departamento de Crédito y Cobranza para Brindar Créditos a los Clientes.

Fuente: Tabla 11

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 100% indica que, si se consulta al área de crédito y cobranza para brindarle el crédito al

cliente, dando cumplimiento de esta manera los procedimientos a seguir para otorgar un crédito.

8. ¿Se evalúa los estados financieros del cliente?

Tabla 12

Resultado Referido a Estados Financieros de Cliente

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	1	4	20%
Nunca	1	5	20%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

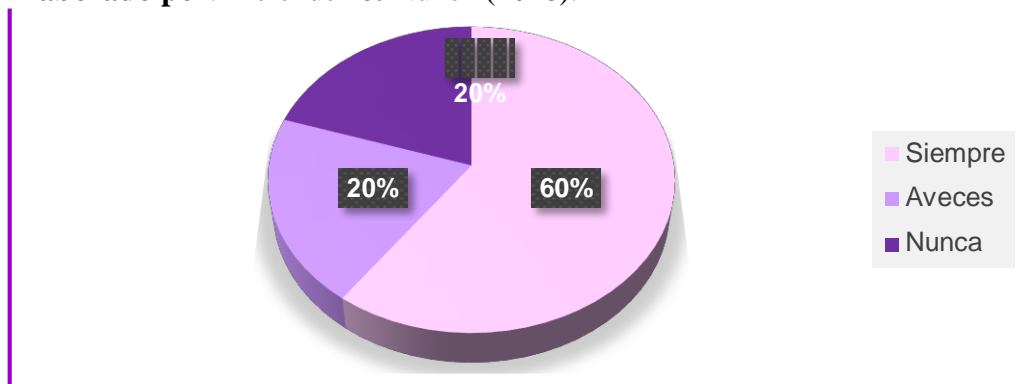


Figura 8: Resultado Referido a Evaluación del Cliente a Través de Estados Financieros.

Fuente: Tabla 12

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 60% indica que, si se evalúa al cliente a través de los estados financieros, como uno de los requisitos para otorgarle el crédito, ya que de esta manera se podrá evaluar la liquidez

con la que cuenta para hacer frente a la obligación que tendrá con la empresa, el 20% indica que a veces lo hace y que el 20% refiere que nunca son evaluados, ello se da porque los clientes son conocidos y cuentan con la confianza de la empresa.

9. ¿Al brindar una venta al crédito ésta se implementa de manera adecuada?

Tabla 13

Resultado Referido a Implementar de Manera Adecuada la Venta a Crédito

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	2	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

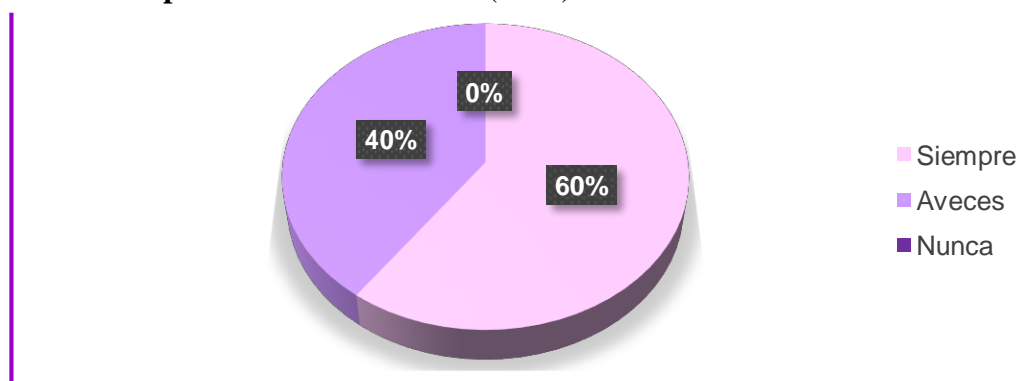


Figura 9: Resultado Referido a Implementar de Manera Adecuada la Venta a Crédito.

Fuente: Tabla 13

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de la muestra encuestada, el 60% indica que, si se implementa de manera adecuada la venta a crédito, teniendo en cuenta

toda la documentación necesaria para lo indicado, mientras que el 40% indica que se implementa a veces, teniendo de este modo un riesgo en caso el cliente no cumpla con la obligación.

10. ¿Las políticas de crédito se encuentran documentadas a través de un manual?

Tabla 14

Resultado Referente a Políticas de Crédito Documentado en Manual

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	5	5	100%
A veces	0	0	0%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

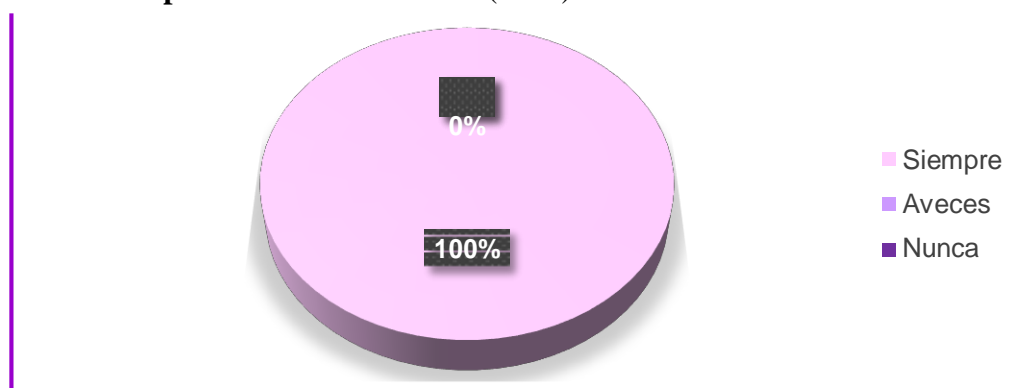


Figura 10: Resultado Referente a Políticas de Crédito Documentado en Manual.

Fuente: Tabla 14

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 100% indica que las políticas de crédito se encuentran documentadas a través de un manual,

donde están estipulados todos los procedimientos y normas que se deben seguir para poder realizar el otorgamiento del crédito al cliente.

11. ¿Existe un adecuado seguimiento a las modalidades de crédito?

Tabla 15

Resultado Referido a Seguimiento de Modalidades de Venta

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

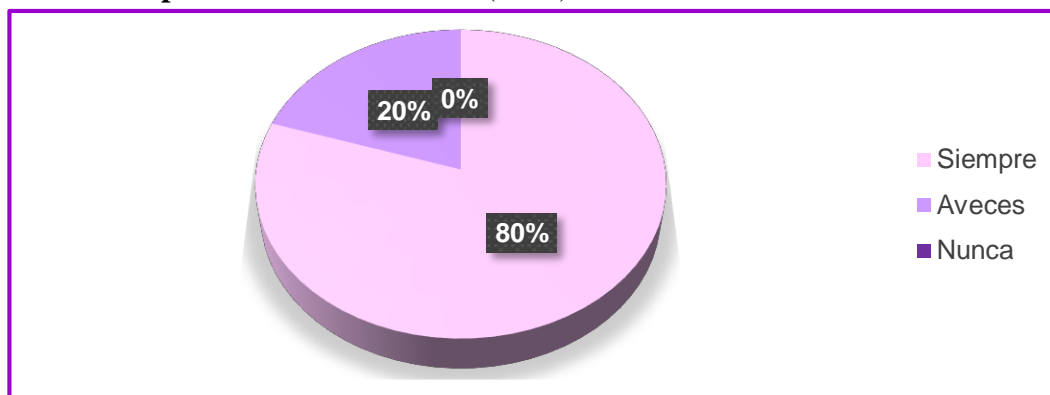


Figura 11: Resultado Referido a Seguimiento de Modalidades de Venta.

Fuente: Tabla 15

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% indica que, si se hace un adecuado seguimiento a las modalidades de venta, tanto al

contado como al crédito, en el presente trabajo de investigación nos centraremos en las ventas al crédito, teniendo más control y seguimiento a nuevos clientes, por otro lado, el 20% indica que a veces se realiza el procedimiento indicado.

12. ¿Clasifica sus cuentas por cobrar?

Tabla 16

Resultado Referido a la Clasificación de las Cuentas por Cobrar

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	1	4	20%
Nunca	1	5	20%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

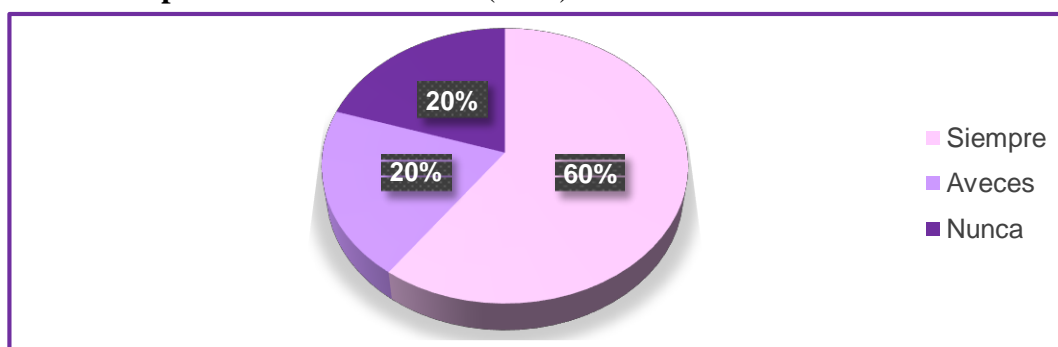


Figura 12: Resultado Referida a la Clasificación de las Cuentas por Cobrar.

Fuente: Tabla 16

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 60% indica que si clasifica sus cuentas por cobrar de la siguiente manera: A corto plazo,

mediano y largo plazo, dependiendo del monto y del cliente al que se le otorga el crédito, mientras el 20% indica que a veces se realiza esta clasificación, y el 20% restante que no lo hace nunca.

13. ¿Los procedimientos de las políticas de cuentas por cobrar están en relación con los objetivos empresariales?

Tabla 17

Resultado Referido a Políticas de las Cuentas por Cobrar en Relación con los Objetivos Empresariales

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

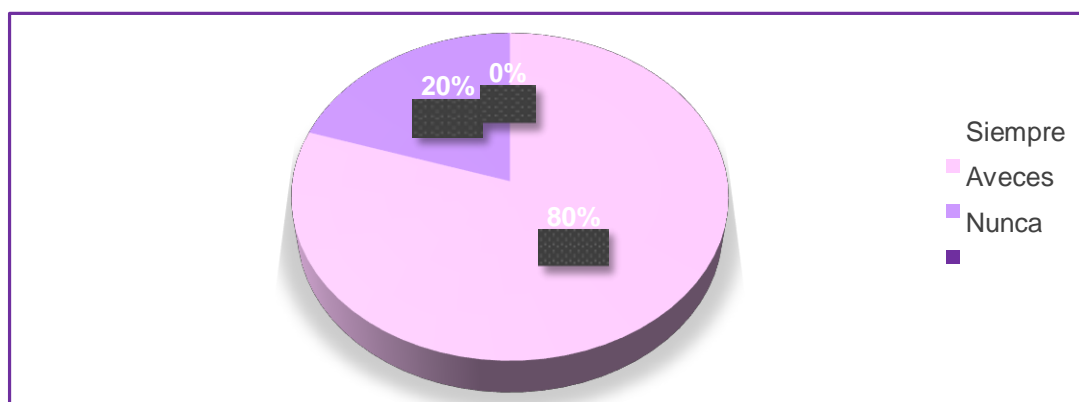


Figura 13: Resultado Referido a Políticas de las Cuentas por Cobrar en Relación con los Objetivos Empresariales.

Fuente: Tabla 17

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% indica que los procedimientos de las políticas de las cuentas por cobrar tienen relación con los objetivos empresariales, como una medida para lograr el éxito en el mundo de los negocios, por otro lado, el 20% de los encuestados indican que en algunas ocasiones las políticas no muestran relación alguna con los objetivos empresariales.

14. ¿Las políticas de las cuentas por cobrar garantizan el cobro a los clientes?

Tabla 18

Resultado Referente a Políticas de las Cuentas por Cobrar y su Garantía de Cobro a los Clientes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

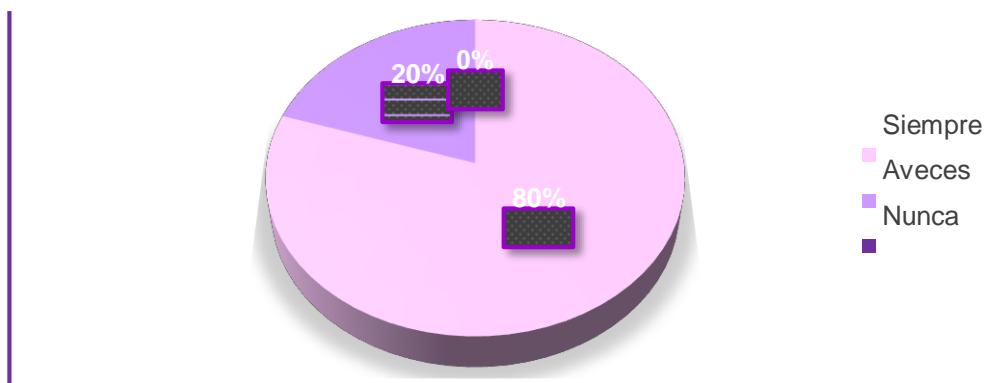


Figura 14: Resultado Referente a Políticas de las Cuentas por Cobrar y su Garantía de Cobro a los Clientes.

Fuente: Tabla 18

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% indica que las políticas de cuentas por cobrar establecida por la Empresa de Combustible garantizan el cobro a los clientes, siempre que permiten realizar un debido seguimiento a su cumplimiento, entonces se garantiza el cobro del mismo, en tanto el 20% indica que a veces los procedimientos de cobranza establecidos no garantizan el cobro de los créditos otorgados.

15. ¿Se realiza un análisis periódico de las cuentas por cobrar?

Tabla 19

Resultado Referido al Análisis Periódico de las Cuentas por Cobrar

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	2	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

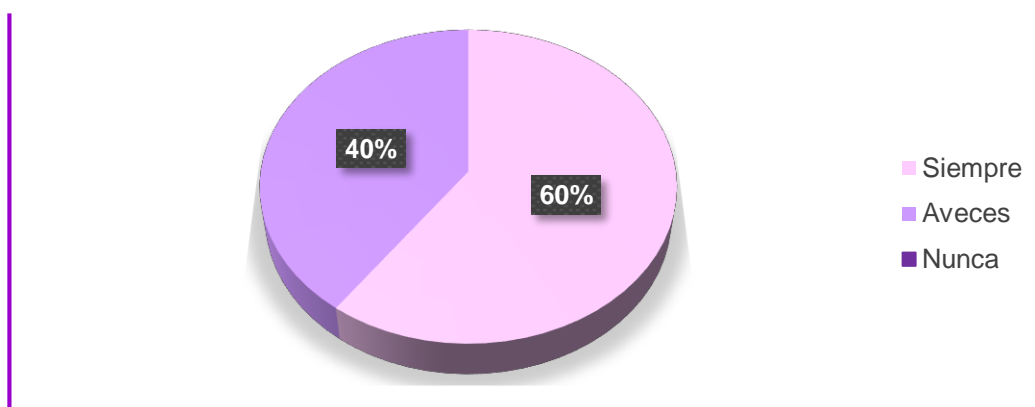


Figura 15: Resultado Referido al Análisis Periódico de las Cuentas por Cobrar

Fuente: Tabla 19

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 60% indica que siempre se realiza un análisis periódico de las cuentas por cobrar, teniendo

en cuenta sobre todo la modalidad y plazo de las mismas, en cambio el 40% indica que este procedimiento es realizado a veces.

16. ¿Se aplica la técnica comunicación escrita?

Tabla 20

Resultado Referido a la Aplicación de la Técnica Comunicación Escrita

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

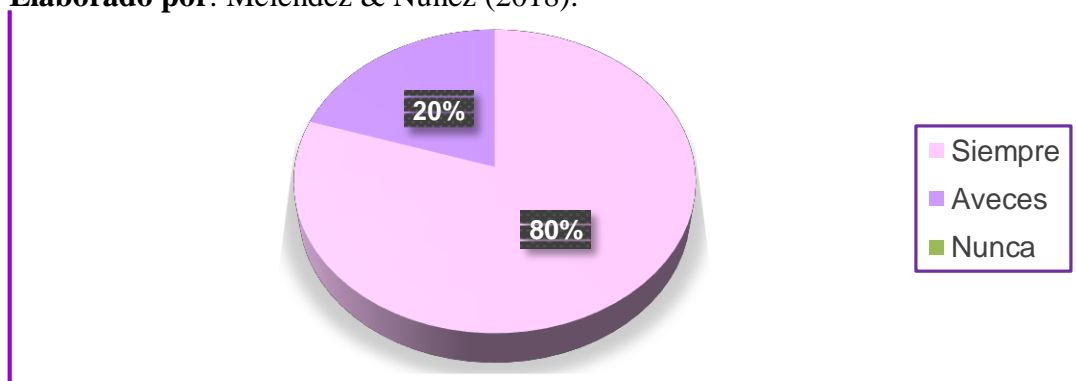


Figura 16: Resultado Referido a la Aplicación de la Técnica Comunicación Escrita.

Fuente: Tabla 20

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% refiere que siempre se aplica la técnica de comunicación escrita, documentada a través

de una carta al cliente, donde se plasma información de la obligación adquirida con la empresa, mientras por otro lado el 20% señala que a veces se aplica esta comunicación escrita, ya que se le indicó de otro modo que su plazo a vencido.

17. ¿Se aplica la técnica llamada telefónica?

Tabla 21

Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Llamada Telefónica

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	5	5	100%
A veces	0	0	0%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

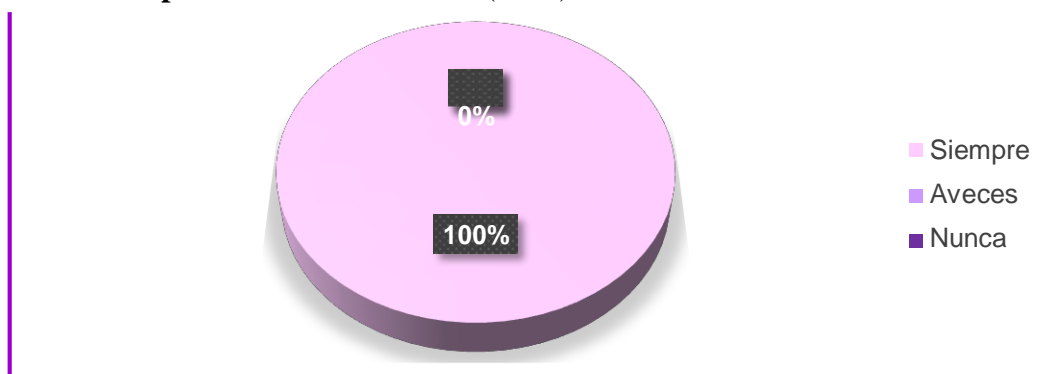


Figura 17: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Llamada Telefónica.

Fuente: Tabla 21

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 100% indica que, si se aplica la técnica de llamada telefónica al cliente, como paso seguido al caso omiso de la comunicación escrita, entonces la empresa recurre a este medio para poder exigir el pago del crédito.

18. ¿Se aplica la técnica Agencias de cobro?

Tabla 22

Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Agencias de Cobro

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	1	1	20%
A veces	2	3	40%
Nunca	2	5	40%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

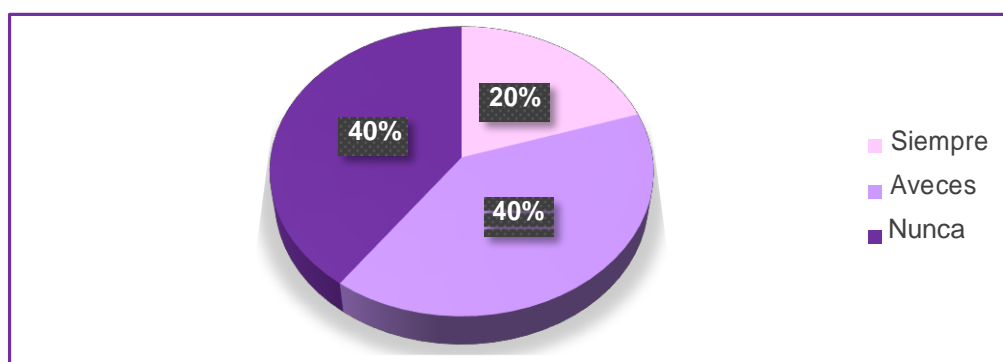


Figura 18: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Agencias de Cobro.

Fuente: Tabla 22

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 20% indica que siempre se aplica la técnica de agencia de cobro, toda vez que el monto a cobrar sea alto, de lo contrario demandaría gasto y resultaría mucho más costoso la recuperación del crédito, por otro lado, el 40% indica que a veces se recurre a esta técnica también por las razones expuestas líneas arriba y en su defecto el 40 % nunca se aplica.

19. ¿Se aplica la técnica Acción legal?

Tabla 23

Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Acción Legal

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	0	0	0%
A veces	0	0	0%
Nunca	5	5	100%
Total	5		100%

Fuente: Anexo 11.

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

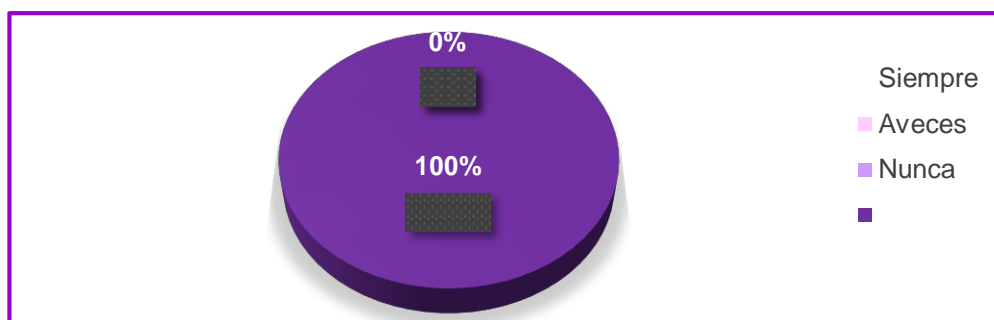


Figura 19: Resultado Referente a la Aplicación de la Técnica Acción Legal.

Fuente: Tabla 23

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 100% indica que nunca se aplica la técnica de acción legal, se ha visto la manera de hacer que el cliente cancele su crédito por las técnicas anteriores, ya que para la empresa el cliente es el más importante y ello terminaría por alejarlos con ellos. Esta forma de recuperación del crédito resulta costosa.

20. ¿Las políticas de cobranza se encuentran documentadas a través de un manual?

Tabla 24

Resultado Referente a Documentar las Políticas de Cobranza a Través de un Manual

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

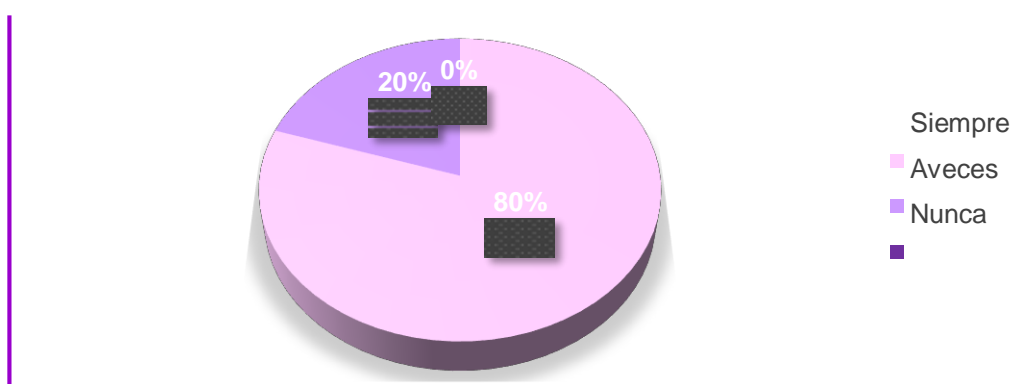


Figura 20: Resultado Referente a Documentar las Políticas de Cobranza a Través de un Manual.

Fuente: Tabla 24

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% afirman la existencia de un manual de políticas de cobranza, y se hace uso para seguir el procedimiento correspondiente de cobranza, por el contrario, el 20% que se refiere a una sola persona indican que no necesariamente existe un manual.

21. ¿Existe una persona responsable para realizar las actividades de cobranza de los créditos brindados?

Tabla 25

Resultado Referente a Existencia de Responsable de Actividades de Cobranza

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

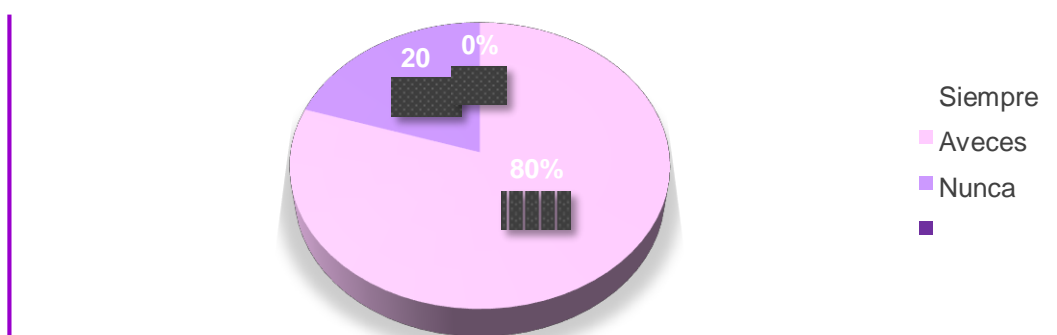


Figura 21: Resultado Referente a Existencia de Responsable de Actividades de Cobranza.

Fuente: Tabla 25

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% indica que, si existe un responsable para realizar las actividades de cobranza tras los créditos brindados, mientras que el 20% indican que no hay una persona fija para realizar los cobros, ya que se le designa otras actividades.

22. ¿Realiza el análisis de la gestión de las cuentas por cobrar a través de razones financiera?

Tabla 26

Resultado Referente al Análisis de la Gestión de las Cuentas por Cobrar a Través de Razones Financiera

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	2	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11)

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

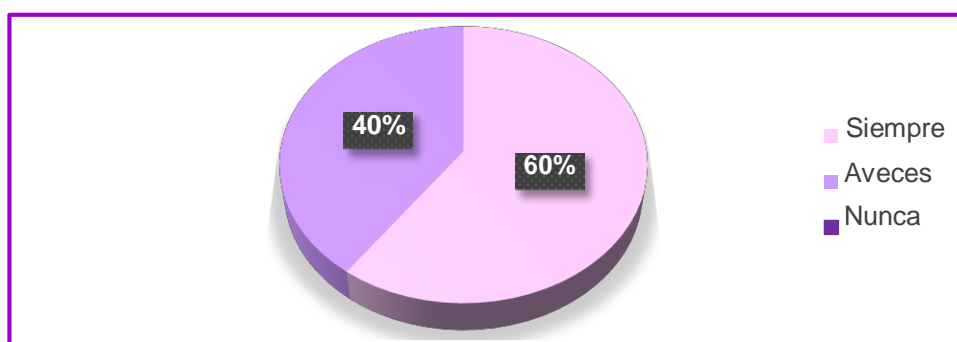


Figura 22: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Gestión de las Cuentas por Cobrar a Través de Razones Financiera.

Fuente: Tabla 26

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 60% señala que la empresa al finalizar un determinado período contable realiza un análisis de la gestión de las cuentas por cobrar a fin de corroborar la correcta y adecuada aplicación de las políticas tanto de crédito como de cobranza, mientras que el 40% indican que lo hacen a veces y cuando existe un elevado número de créditos.

23. ¿Analiza la razón rotación de las cuentas por cobrar?

Tabla 27

Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación de las Cuentas por Cobrar

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	2	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

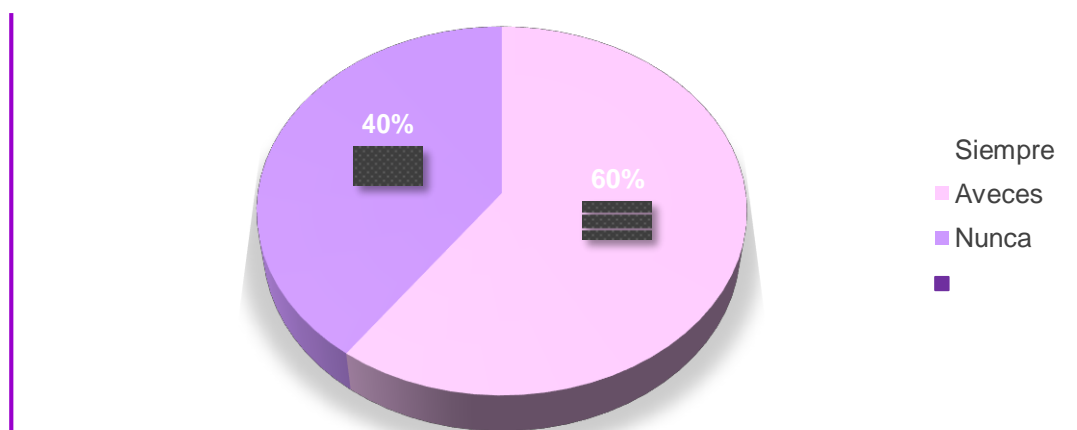


Figura 23: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Rotación de las Cuentas por Cobrar.

Fuente: Tabla 27

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del el total de trabajadores encuestados el 60% señala que la empresa luego de determinar la razón financiera Rotación de las cuentas por cobrar la analiza para conocer el número de veces al año que rotan estas cuentas, para ello utiliza el estado de situación financiera y el estado de resultados, por otro lado, el 40% indica que no lo hacen en su totalidad, y que sólo toman en cuenta el resultado de los Estados Financiera para conocer el desempeño de la empresa.

24. ¿Analiza las razones financiera periodo promedio de cobro?

Tabla 28

Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	60%
A veces	1	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

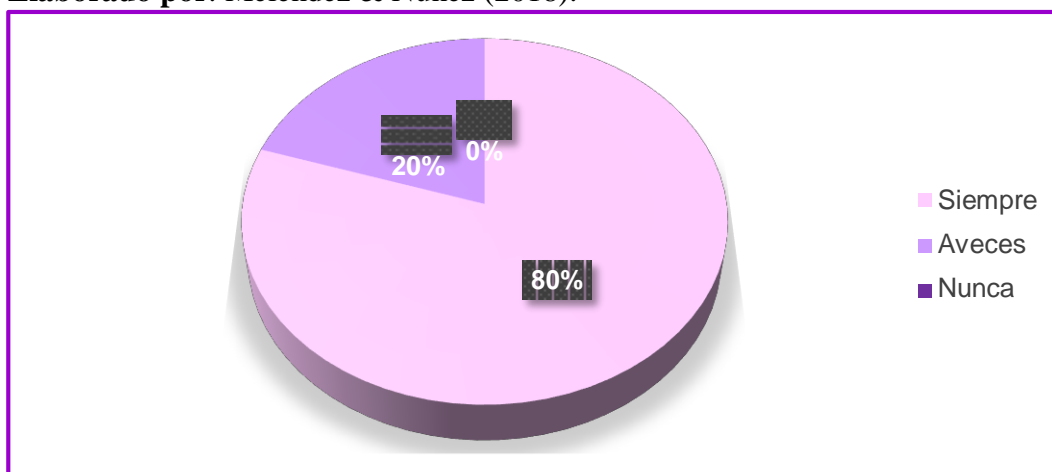


Figura 24: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro.

Fuente: Tabla 28

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de trabajadores encuestados el 80% señala que la Empresa analiza la razón financiera periodo promedio de cobro como una de las razones de gestión o actividad en el desempeño del manejo de las cuentas por

cobrar, mientras que el, el 20% indican a veces lo hacen, para conocer período en días de cobro a los clientes.

25. ¿Analiza la razón financiera rotación del inventario?

Tabla 29

Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación del Inventario

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	60%
A veces	1	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

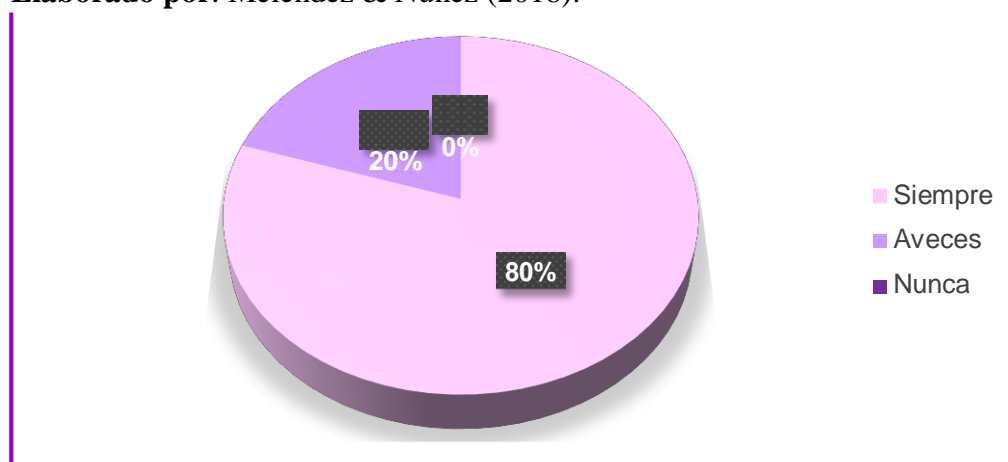


Figura 25: Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Rotación del Inventario.

Fuente: Tabla 29

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de personas encuestadas el 80% de ellos refiere que la Empresa de Combustible analiza la razón financiera Rotación del Inventario para conocer el tiempo estimado para que sus inventarios se vendan, mientras que un 20% señala que a veces lo hacen, ya que sólo verifican el reporte general de ventas mensuales y anuales.

26. ¿Analiza la razón financiera período de días de venta del inventario?

Tabla 30

Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Período de Días de Venta del Inventario

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	3	3	60%
A veces	2	5	40%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

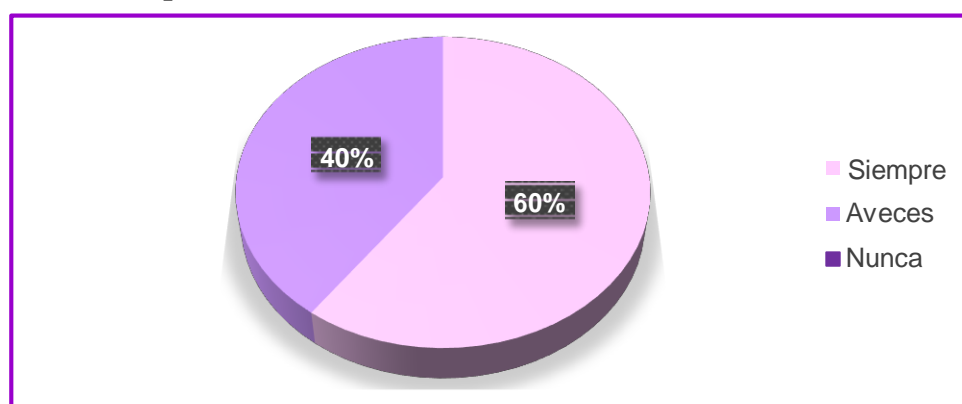


Figura 26: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Período de Días de Venta del Inventario.

Fuente: Tabla 30

Análisis

La tabla y gráfico nos indican que: del total de personas encuestadas el 60% señala que la Empresa de Combustible analiza la razón financiera período promedio del inventario, el cual reporta los días en que el inventario se renueva, por otro lado, el 40% indica que a veces lo hacen, pero al término del período contable.

27. ¿Analiza la razón financiera período promedio de pago?

Tabla 31

Resultado Referente al Análisis de la Razón Financiera Período Promedio de Pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	4	4	80%
A veces	1	5	20%
Nunca	0	0	0%
Total	5		100%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

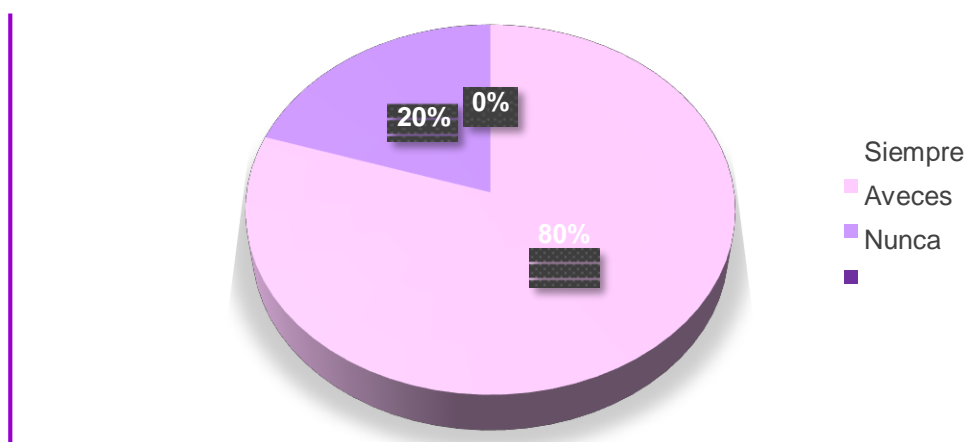


Figura 27: Resultado Referido al Análisis de la Razón Financiera Periodo Promedio de Pago

Fuente: Tabla 31

Análisis

La tabla y el gráfico nos muestran que: el 80 % de los encuestados refieren que la Empresa de Combustible analiza la Razón Financiera Rotación de las Cuentas por pagar a fin de conocer las veces al año que realiza los cobros, para verificar si la aplicación de las políticas de cobranza se está desarrollando de manera adecuada y oportuna, mientras que, el 20% señala que no analizan esta razón financiera, sólo la determinan.

28. ¿Compara la razón financiera período periodo promedio de cobro con el período promedio de pago?

Tabla 32

Resultado Referente a Comparar la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro con el periodo Promedio de Pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Porcentaje
Siempre	2	2	40%
A veces	3	5	60%
Nunca			0%

Fuente: Encuesta (Anexo 11).

Elaborado por: Melendez & Nuñez (2018).

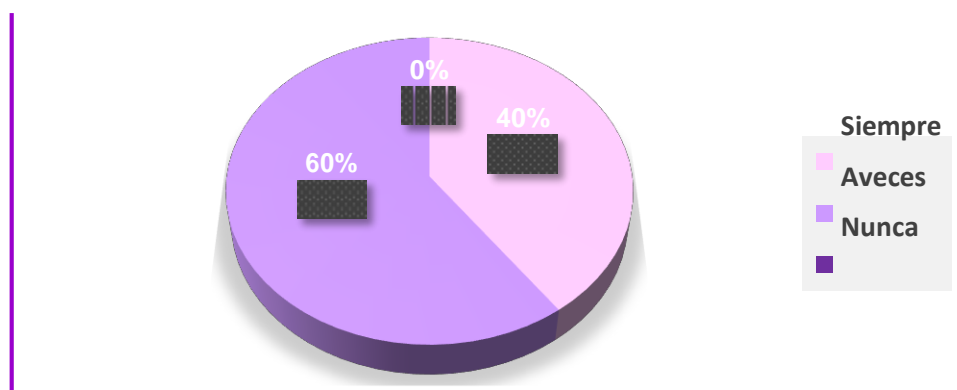


Figura 28: Resultado Referente a Comparar la Razón Financiera Periodo Promedio de Cobro con el periodo Promedio de Pago.

Fuente: Tabla 32

Análisis

Según la tabla y figura se observa que el 40% el total de encuestados refieren que en la Empresa de Combustible realizan un análisis de las razones financieras de Gestión de las cuentas por cobrar para afianzar los resultados de desempeño obtenidos y que son reflejados en los estados financieros, por otro lado, el 60% refiere que a veces realizan el análisis ya que sólo se guían con los estados financieros.

3.6. Análisis de las Razones Financieras

Tabla 33

Resultado de la Razón Rotación de Cuentas por Cobrar

Ratio	Fórmula	Importe	Año 2018
Rotación de Cuentas por Cobrar	Vtas anuales a Créd. Ctas x C	$\frac{899,600.00}{120,438.00}$	7.49

Fuente: Ficha Cálculo Razón de Rotación de Cuentas por Cobrar. Anexo 6.

Análisis

La tabla nos muestra que la Empresa comercial de combustible tuvo una rotación de cuentas por cobrar de 7 veces durante el período contable 2018, es decir éstas son las veces que se cobrar las cuentas por cobrar.

Tabla 34

Resultado de la Razón Período Promedio de Cobro

Ratio	Fórmula	Importe	Año 2018
Período	CxC Comer. * 360	43,357,680.00	48.20
Promedio de Cobro	Vtas. Crédito	899.601.00	

Fuente: Ficha Cálculo Razón de Período Promedio de Cobro. Anexo 7.

Análisis

A través de esta razón financiera podemos decir que la Empresa Comercial de combustible tiene un promedio de cobro cada 48 días, presentándose un retraso en hacer efectivo el pago de los créditos brindados y que la empresa cuente con liquidez para pagar a sus proveedores.

Tabla 35

Resultado de la Razón Rotación de Inventarios

Ratio	Fórmula	Importe	Año 2018
Días de Venta	Costo de Vtas.	5,202,237.00	5
Pendiente de Cobro	Inventarios	1,151,398.78	

Fuente: Ficha de Cálculo Razón Rotación de Inventarios. Anexo 9.

Análisis

La empresa comercial de combustible nos muestra que sus inventarios rotan 5 veces durante el periodo 2018, por lo que la empresa tiene un desempeño deficiente, toda vez que las existencias se venden relativamente lento, dando oportunidad a las mermas, es decir pérdida en peso y volumen de su inventario.

Tabla 36

Resultado de la Razón Período de Días de Ventas de Inventario

Ratio	Fórmula	Importe	Año 2018
Período de Ventas de Inventario	360 Rota. de Inventario	360 4.52	79.68

Fuente: Ficha cálculo Razón Período de Ventas de Inventario. Anexo 9.

Análisis

Esta razón financiera nos señala que la empresa comercial de combustible mantiene 80 días sus mercaderías en inventario, teniendo mucho retraso para la salida de los mismo, por ello es que recurre a las ventas bajo la modalidad de crédito.

Tabla 37

Resultado de la Razón Período Promedio de Pago

Ratio	Fórmula	Importe	Año 2018
Período promedio de pago	CxP Comerc. * 360 Vtas. Crédito	34,018,920.00 899,600.00	37.82

Fuente: Ficha Cálculo Razón Período Promedio de Pago. Anexo 10.

Análisis

Esta razón financiera nos señala que la empresa comercial de combustible paga a sus proveedores cada 38 días, resultando menor el tiempo para pagar a los proveedores en relación con los días de cobranza a los clientes.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La presente investigación está enmarcada en describir y analizar la forma como la Empresa Comercial de Combustible realiza la gestión de las cuentas por cobrar, verificando el cumplimiento de los procedimientos establecidos con referencia a las políticas de crédito y políticas de cobranza, obteniendo información real en el campo de los hechos, relevante y precisa para la toma de decisiones con respecto a una oportuna, adecuada y correcta gestión de las cuentas por cobrar.

Durante el trabajo de Investigación se aplicaron diversos instrumentos a los trabajadores de la Empresa Comercial de Combustible y luego de su respectivo procesamiento a través de los instrumentos y técnicas se obtiene resultados poco favorables, dando a demostrar que la gestión de las cuentas por cobrar es deficiente.

Al respecto en el trabajo de investigación realizado por Flores. (2015) concluye que: “las políticas de cuentas por cobrar se ejecutan casi siempre a las necesidades de la empresa y se implementan mayormente de manera adecuada, las técnicas de las cuentas por cobrar utilizadas por la empresa en cambio no son ejecutadas rigurosamente debido al constante cambio de normas, lo que genera para la empresa un problema al momento de realizar el cobro correspondiente a sus clientes de sus deudas”.

Con este antecedente logramos analizar que, la empresa comercial de combustible objeto de estudio se encuentra casi en la misma situación ya que en algunas actividades aplican los procedimientos adecuados para un manejo de sus políticas de crédito y cobranza para lograr una buena gestión de las Cuentas por Cobrar, en otras situaciones

pasa por alto, es decir no se aplican, generando una deficiencia y problemas al momento de convertir las ventas a crédito en efectivo, es decir lograr que los clientes realicen los pagos sin problema alguno.

Por otro lado, Torres y Cerquín Pág.18, señala que: “para manejar las políticas de crédito de manera adecuada se debe tener en cuenta desde la negociación para brindar un crédito lo siguiente: Evaluación del crédito, Formulación del crédito, Términos de pago, Días de crédito y facturación, como un ciclo para una buena gestión de los créditos que se brinden”. Efectivamente la empresa objeto de estudio tiene implementado alguno de estos procedimientos señalados, pero el problema está en la aplicación de la totalidad de los procedimientos a fin de cuando llegue el momento oportuno se cuente con la documentación total y necesaria para hacer cumplir las obligaciones adquiridas por los clientes.

Lo anteriormente indicado es corroborado por Morales (2014) que hace mención también que se tenga en cuenta lo siguiente, “una empresa cuando realiza ventas a crédito, se establecen condiciones de venta en cuanto al crédito otorgado, que comprende: plazo, los porcentajes de descuento, fechas de pago, lugares donde efectuar los abonos a los créditos, tasas de interés, etc., y en cuanto a la entrega de las mercancías, características, garantías, usos, limitaciones, cuidados, etc”

Tomando en cuenta el marco teórico Pérez (2015) nos indica que: “La importancia de las políticas de crédito está asociada claramente con el giro del negocio y la competencia. Estos dos se relacionan con el otorgamiento del crédito a los clientes.

Es por esto que, las ventas a crédito se convierten en cuentas por cobrar realizando comúnmente a la empresa un elemento fundamental de los bienes que posee”.

Ante ello Córdoba. (2016) indica que: “La política de crédito de una empresa establece la determinación de conceder crédito a un cliente y el monto de este, estableciendo los respectivos estándares de crédito y la utilización correcta de estos al tomar decisiones de crédito”.

Los aportes de los autores líneas arriba son complementados por González y Díez, en la Revista ICE (2010), que señalan: “(...) el crédito está siempre basado en la confianza entre el que lo concede y quien lo recibe, debiendo ser rescindido por este último al vencimiento pactado mediante el pago aplazado la cantidad prestada”.

Solutions (2016) Manifiesta que: “la cobranza es un importante servicio que permite el mantenimiento de los clientes al igual que abre la posibilidad de volver a prestar; es un proceso estratégico y clave para generar el hábito y una cultura de pago en los clientes”. Por consiguiente, la Empresa comercial de combustible requiere de la aplicación tanto de políticas de crédito, políticas de cobranza y de hacer un análisis riguroso de las cuentas por cobrar incluido razones financieras, necesita además revisar e implementar su manual de políticas para tener mayor eficiencia y eficacia en la gestión de sus cuentas por cobrar, toda vez que esto representa las pautas que regulan las condiciones en las que se otorgarán créditos a los clientes.

4.2. Conclusiones

La Empresa Comercial de Combustible objeto de investigación, ha venido presentando problemas relacionados con la gestión de sus cuentas por cobrar, siendo una de sus actividades de mayor ingreso las ventas bajo la modalidad de crédito, ha establecido políticas tanto de crédito como de cobranza para mejorar el otorgamiento de créditos y la recuperación de la cartera, siempre que considera a éstas partidas como el factor importante y determinante en la toma decisiones relacionadas con sus cuentas por cobrar generadas.

Por consiguiente, se concluye:

1. La Empresa Comercial de Combustible establece procedimientos de gestión de las cuentas por cobrar, ante el otorgamiento de créditos, con el único afán de conservar su permanencia en el mercado, obteniendo mayor cantidad de clientes y buscando la captación de futuros de ellos haciendo uso de la ventas a crédito que dan origen a las cuentas por cobrar, la dificultad que se presenta es siempre que no determina los recursos, herramientas y lineamientos necesarios, acorde con las necesidades de la empresa, que son factores que permiten encaminar las actividades operativas de gestión de manera adecuada, por consiguiente cae problemas al momento de recuperar sus cuentas, no logrando cubrir la totalidad de los objetivos trazadas.
2. En cuanto al nivel de ventas al crédito, la Empresa reporta volúmenes venta de manera mensual y anual durante el desarrollo de sus actividades de operación, la dificultad se presenta cuando no se controla el monto de ventas a crédito brindados, ya que el procedimiento de gestión referido a fijar monto mínimo y máximo del

crédito que se otorgue a los clientes, no ha sido establecido por la Empresa, motivo por el cual presenta volúmenes elevados de ventas bajo la modalidad de crédito.

3. La empresa describe sus políticas de crédito y las documenta a través de un manual, documento que entre otros contiene los procedimientos de gestión referidos a los créditos, los que deben ser aplicados por los responsables del departamento de crédito y cobranza para el otorgamiento del crédito, pero no las aplica en su totalidad con algunos clientes, punto débil para la Empresa por no contar con la documentación requerida, sobre todo cuando se necesita hacer un seguimiento antes, durante y después del otorgamiento de crédito, trayendo consigo cuentas con riesgos de morosidad e incobrabilidad.
4. La empresa establece políticas de cobranza de las cuentas por cobrar comerciales, pero muestra dificultad para ponerlas en práctica en algunos casos, toda vez que no se cuenta con la información necesaria y requerida desde el otorgamiento del crédito, lo que conlleva a tener problemas para dar inicio con los procedimientos de recuperación de cartera, más aun si se desea aplicar las técnicas agencia de cobro y acción legal las que requieren de toda la documentación que sustente la obligación que el cliente adquiere con la empresa.
5. La Empresa utiliza Razones financieras de gestión, como instrumento o herramienta para determinar el desempeño durante el desarrollo de sus actividades de operación, la dificultad que se presenta siempre que, no las determina de manera frecuente, sobre todo cuando se detecta problemas en la gestión de las cuentas por cobrar, incluso no efectúa comparaciones, cruces y análisis minucioso de los resultados

obtenidos, es por ello que luego de su determinación aún ha tomado decisión referente a la razón periodo promedio de cobro con la razón periodo promedio de pago.

4.3. Recomendaciones.

El presente trabajo de investigación permite conocer y describir los procedimientos de gestión de las cuentas por cobrar comerciales en una Empresa de Combustible en el periodo 2018, luego de la recolección, análisis, procesamiento de datos, resultados obtenidos y conclusiones respectivas se recomienda:

1. Fijar los procedimientos de gestión de las cuentas por cobrar comerciales de acuerdo a las necesidades empresariales, para que a partir de ello se permita mejorar las funciones y el desarrollo del departamento de crédito y cobranza, garantizando siempre que los procedimientos se desarrollen de forma clara, ordenada y precisa conllevando de esta manera a obtener mejores resultados.
2. Se recomienda que la empresa comercial de combustible implemente nuevos procedimientos respecto al nivel de ventas a crédito, así como fijar monto mínimo y máximo para su otorgamiento, a fin de tener controlado tanto el volumen de venta mensual como anual.
3. En cuanto a las políticas de crédito, se recomienda que, antes del otorgamiento del mismo, se realice un análisis y evaluación a los clientes teniendo en cuenta criterios como: referencias comerciales, referencias bancarias, problemas legales, como una medida correctiva, permitiendo salvaguardar a la Empresa de clientes morosos y

evitar futuras cuentas incobrables, así mismo se debe aplicar en su totalidad los procedimientos ya establecidos posteriores a la aprobación del crédito.

4. Del mismo modo se recomienda que tras el vencimiento de la obligación del cliente se debe dar inicio a las actividades de cobro establecidas en el manual de políticas de cobranza haciendo uso de las formas de cobro respectivas y no esperar un tiempo establecido para iniciar con los procedimientos de cobro, toda vez que, mientras menor sea el tiempo que se invierta en recuperar la cartera, mayor será el efectivo con el que se cuente para hacer frente a las obligaciones adquiridas.
5. En cuanto al análisis de la gestión de las cuentas por cobrar a través de las razones financieras, se recomienda no sólo determinarlas sino también hacer un análisis minucioso, haciendo cruce de información, comparaciones sobre todo con las razones período promedio de cobro y período promedio de pago en el que se presenta mayor dificultad, para lo que se recomienda ampliar los plazos de pagos a los proveedores o por el contrario fijar un monto adicional al monto de crédito según plazo, para así poder contrarrestar el gasto financiero al que incurra la empresa si pretende solicitar préstamo bancario para hacer frente a sus obligaciones.

REFERENCIAS

- Aguilar, V.H. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Contratista Corporación Petrolera S.A.C. año 2012*. (Tesis de Titulación). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Araujo, K.E. & Estacio, E.D. (2017). *Gestión de las cuentas por cobrar comerciales y su incidencia en la liquidez en la empresa Justiniano Soto Villanueva S.R.L., Cajamarca año 2016*. (Tesis de Titulación). Universidad Privada del N, Lima, Perú.
- Armijo, L. (2015). *“Influencia del Control interno en el Departamento de Créditos y Cobranzas de la empresa Chemilca”*. Tesis de Titulación). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.
- Avelino, M.A. (2017). *Las cuentas por cobrar y si incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cia. LTDA*. (Tesis de Titulación). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación en Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Colombia.
- Briones, L.J. & García, M.A. (2017) *“Diseñar políticas de crédito y cobranza para el Comercil Hnos. Moran Gonzáles”* (Tesis de Titulación). Universidad Estatal de Guayaquil, Ecuador.

- Carrera, SH. LL. (2017). *Análisis de la gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*. (Tesis de Titulación). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
- Castillo, P.M. (2017). *Las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa NAGPUR S.A.* (Tesis de Titulación). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.
- Castro, J. (2015, 13 de enero) 6 errores que debes evitar en la administración de las cuentas por cobrar. obtenido de: <https://blog.corponet.com.mx/6-errores-que-debes-evitar-en-la-administracion-de-cuentas-por-cobrar>
- Córdoba, M. (2016). *Gestión Financiera*. (2.^a ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- De la Parra, E. y Madero, M. (2005). Estrategias de ventas y negociación. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=HGpXazBqgh0C&printsec=frontco>
- Domínguez, I. (2015). *Evolución de la teoría sobre el análisis y gestión de la liquidez empresarial*. COFIN HABANA, 66-80.
- Duran, J.C. (2015). *El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cia, en el Cantón Camilo Ponce Enríquez*. (Tesis de Titulación). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- Fierro, M & Martínez, A. (2015). *Contabilidad de activos con enfoque NIF para las pymes*. (4.^a ed.). Bogota, Colombia: Eco ediciones.

Flores, J. (2017). *Finanzas Aplicativas a la Gestión Empresarial*. (4.^a ed.). Lima, Perú.

Flores, M. (2017). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en el nivel de liquidez de la empresa Unipersonal Transportista Distribuidor de Combustible y Lubricantes en la ciudad de Tacna, año 2015*. (Tesis de Titulación). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.

Gitman, L. & Zutter Ch. (2016). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson educación.

Gonzales, E. & Sanabria, S.W. (2016). *Gestión de las cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la Facultad de una Universidad Particular, Lima periodo 2010-2015*. (Tesis de Titulación), Universidad Peruana Unión, Lima, Perú.

Guajardo, G y Andrade, N. (2014) *Contabilidad Financiera*. (6.^a ed.). México, DF: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (6.^a ed.) McGraw Hill.

Horngren, CH.T., Harrinson, W. y Oliver, M.S. (2010). *Contabilidad*. (8.^a ed.).

Lara, O.; Marín, N. y Salazar, S.(sf) Lineamientos del Control Interno de las por Cobrar.

Obtenido de: <https://www.monografias.com/trabajos93/control-interno-cuentas-cobrar/control-interno-cuentas-cobrar.shtml>

- Loyola C.S. (2016). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de Agroquímicos en el distrito de Trujillo*. (Tesis de Titulación). Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Maldonado, C.R. (2014). *Contabilidad General*. (ed. 2014). Lima, Perú: Editorial Edigraber S.A.C.
- Mendoza, R. y Ortiz, O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Bogotá, Colombia: Editorial ECOE Ediciones.
- Montes, C.A. (2014). *Control Interno Organizacional*. Bogotá, Colombia: Alfaomega.
- Morales, J. (2014). *Crédito y cobranza*. (1.^a ed.). México: Grupo editorial patria.
- Noriega, J. (2011). *Administración de cuentas por cobrar, un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala*. (Tesis para Optar al Grado de Maestro en Ciencias). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Ortiz, H. (2017). *Contabilidad*. (2.^a ed.). México: Editorial Cengage Learning.
- Pacheco, J. (2014). *Contabilidad Gerencial*. Lima: Editorial Macro.
- Palomares, J. (2014). *Análisis de Estados Financieros*. Madrid, España: Editorial Pirámide.
- Pérez, H. (2015). *Evaluación del proceso de crédito y su impacto en la liquidez de la empresa Juan Pablo Morí E.I.R.L.; durante el año 2013*. (Tesis de Titulación). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú.

Robbins, S.P. (2014). *Administración*. (12.^a ed.). México. Editorial Pearson Educación.

Sánchez, L. (2014). *Contabilidad de Finanzas Internacionales*. Lima: Editorial Instituto Pacífico.

Sánchez, R. (2014). *Gestión para Organizaciones y Empresas*. Madrid: Editorial Esic.

Solutions, S. B. (2016). Obtenido de: <http://www.strategic-businesssolution.com/blog/credito-y-cobranzas-gestion-efectiva/>

Tirado, M.G. (2015). *Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la Fábrica de Calzado Fadicalza*. (Tesis de Titulación). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Vara, A.A. (2015). *Los 7 pasos para elaborar una tesis*. (1.^a ed.). Lima, Perú: Editorial Macro.

Vásquez, L.E. & Vega, E.M. (2016). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C. Distrito de Huanchaco año 2016*. (Tesis de Titulación). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.

Warren, C.S., Reeve, J.M., y Duchad J.E. (2012). *Contabilidad Financiera*. (11.^a ed.). Cruz Manca, Santa Fe, México: Cengage Learning Editores.

Zambrano, A.J. (2014). *Introducción a las Finanzas Empresariales*. (1.^a ed.). Lima, Perú: Editorial UGRAPH S.A.C.

Zevallos E. (2014). *Contabilidad General*, Lima, Perú.

ANEXO

ANEXOS 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN ESTUDIO	DISEÑO
Gestión de las Cuentas por Cobrar Comerciales en una Empresa de Combustible en el período 2018.	¿De qué manera la Empresa de Combustible realiza los procedimientos de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018?	¿Cómo la Empresa de Combustible establece el nivel de ventas al crédito en el período 2018?	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Describir la manera como la Empresa de Combustible realiza los procedimientos de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en una en el período 2018.</p>	Cuentas por cobrar comerciales	<p><u>Población</u></p> <p>Departamentos: ventas, crédito y cobranza, administración, dirección, de la Empresa comercial de combustible en el período 2018.</p>	<p><u>Diseño de investigación</u> No experimental-transversal descriptiva cualitativa</p>
		¿Cómo la Empresa de Combustible establece políticas de crédito de las cuentas por cobrar comerciales en el periodo 2018?	<p><u>Objetivos Específicos</u></p> <p>1. Describir como la Empresa de Combustible establece el nivel de ventas a crédito en el período 2018.</p>			
		¿Cuáles son las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar comerciales establecidas por la Empresa de Combustible en el periodo 2018?	<p>2. Identificar como la Empresa de Combustible establece políticas de crédito de las cuentas por cobrar comerciales en el período 2018.</p> <p>3. Describir cuales son las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar comerciales establecidas en la</p>			
					<p><u>Muestra</u></p> <p>5 Personas de los departamentos involucrados en el trabajo de investigación.</p>	<p><u>Técnicas de recolección de datos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Observación <p><u>Instrumentos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario - Ficha de observación

		¿Cómo analiza las razones financieras de Gestión de las cuentas por cobrar comerciales la Empresa de combustible en el periodo 2018?	Empresa de Combustible en el período 2018. 4. Describir los procesos de análisis de las razones financieras de gestión de las cuentas por cobrar comerciales en la Empresa de Combustible en el período 2018.			- Ficha de cálculo y análisis de razones financieras.
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------

ANEXO 2

ENCUESTA APLICADA A LOS INTEGRANTES DE LA MUESTRA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo: Conocer la situación de la gestión de las cuentas por cobrar comerciales de la Empresa Comercial de combustible en el período 2018.

Indicaciones: Marque con una X su respuesta.

NIVEL VENTAS A CRÉDITO				
Actividades	Condición			Factores que afectan
	Siempre	A veces	Nunca	
1. ¿Establecen un monto mínimo para brindar ventas a crédito?				
2. ¿Establecen un monto máximo para brindar ventas a crédito?				
3. ¿Cuentan con un reporte de ventas a crédito mensual?				
4. ¿Cuentan con reportes de ventas a crédito por período contable?				
POLÍTICAS DE CRÉDITO				
5. ¿Existe una base de datos de clientes?				
6. ¿Existe una persona responsable que brinde el crédito?				
7. ¿Para brindar un crédito se consulta al departamento de crédito y cobranza?				
8. ¿Se evalúa los estados financieros del cliente?				
9. ¿Al brindar una venta al crédito ésta de implementa de manera adecuada?				
10. ¿Las políticas de crédito se encuentran documentadas a través de un manual?				
11. ¿Existe un adecuado seguimiento a las modalidades de crédito?				
POLÍTICAS DE COBRANZA				
12. ¿Clasifica sus cuentas por cobrar?				
13. ¿Los procedimientos de las políticas de cuentas por cobrar están en relación con los objetivos empresariales?				

14. ¿Las políticas de la cuentas por cobrar garantizan el cobro a los clientes?				
15. ¿Se realiza un análisis periódico de las cuentas por cobrar?				
16. ¿Se aplica la técnica comunicación escrita?				
17. ¿Se aplica la técnica llamada telefónica?				
18. ¿Se aplica la técnica Agencias de cobro?				
19. ¿Se aplica la técnica Acción legal?				
20. ¿Las políticas de cobranza se encuentran documentadas a través de un manual?				
21. ¿Existe una persona responsable para realizar las actividades de cobranza de los créditos brindados?				
RATIOS DE GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR				
22. ¿Realiza un análisis de la gestión de las cuentas por cobrar a través de razones financieras?				
23. ¿Analiza la razón rotación de las cuentas por cobrar?				
24. ¿Analiza la razón financiera periodo promedio de cobro?				
25. ¿Analiza la razón financiera rotación de inventario?				
26. ¿Analiza la razón periodo de ventas de inventario?				
27. ¿Analiza la razón financiera periodo promedio de pago?				
28. ¿Compara la razón financiera período promedio de cobro con el período promedio de pago?				

ANEXO 3

**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Urrutia Flores, Manuel
 1.2. Cargo e institución donde labora Docente tiempo parcial
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Urrutia

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.					X

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Aplica razonablemente a la Investigación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%


Firma, post firma y cargo del validador
Manuel Urrutia Flores

Lima, 02 de Mayo del 2019

**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Tupero Blas, Emma Gladis.
 1.2. Cargo e institución donde labora Docente Tiempo Completo
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Varios

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					X
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					X
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración.					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10.OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.					X

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%


 Firma, post firma y cargo del validador
Emma Gladis Tupero Blas

Lima, 02 de Mayo del 2019

**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: MACHACA LEGUA JESSICA ARACELI
 1.2. Cargo e institución donde labora: Coordinadora Contabilidad y Finanzas
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: VARIOS

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.				X	
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.				X	
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.				X	
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración.				X	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10.OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				X	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

[Firma]
Firma, post firma y cargo del validador

Jessica Machaca Legua

Lima, 15 de Mayo del 2019

ANEXO 4

FICHA PARA ANÁLISIS DOCUMENTAL DE CLIENTE

Empresa :

Fecha de Aplicación :

Departamento :

DOCUMENTO	REVISIÓN		OBSERVACIONES
	Si	No	
Información General del cliente			
Estados Financieros			
Historial Crediticio			
Presenta Garantía			
Contrato, facturas, pagares, letra de cambio, cheques.			

ANEXO 5

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS POLÍTICAS DE CRÉDITO

Empresa: :

Departamento :

Observado : Cargo

: Periodo :

PROCEDIMIENTO: POLÍTICAS DE CRÉDITO	VALORACIÓN			OBSERVACIONES
	1	2	3	
	Adecuado	Deficiente	Inadecuado	
Cumplimiento con la evaluación del crédito.				
Cumplimiento de la formalización del crédito.				
Cumplimiento de la aplicación de términos de crédito.				
Cumplimiento de la aplicación de términos de pago.				
Nivel de cumplimiento de facturación.				

ANEXO 6

FICHA OBSERVACIÓN DEL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS POLÍTICAS DE COBRANZA

Empresa :

Departamento :

Cargo : Observado

:

Periodo :

PROCEDIMIENTO: POLÍTICAS DE COBRANZA	VALORACIÓN			OBSERVACIONES
	1	2	3	
	Adecuado	Deficiente	Inadecuado	
Cumplimiento de Procedimientos de cobranza				
Cumplimiento de Aplicación de las formas de cobranza.				

ANEXO 7

FICHA DE CÁLCULO ROTACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo	Vtas a Crédito	CxC Comer.	Resultado	Interpretación

ANEXO 8

FICHA DE CÁLCULO PERÍODO PROMEDIO DE COBRO

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo	CxC Comer.	Ventas a Crédito	Resultado	Interpretación

ANEXO 9

FICHA DE CÁLCULO ROTACIÓN DE INVENTARIO

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo	Costo de ventas	Inventario	Resultado	Interpretación

ANEXO 10

FICHA DE CÁLCULO PERÍODO DE DÍAS VENTA DE INVENTARIOS

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo	360	Rotación de Inv.	Resultado	Interpretación

ANEXO 11

FICHA DE CÁLCULO PERÍODO DE CONVERSIÓN DE INVENTARIOS

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo	Perí. días Vtas. Inv.	P. promed. cobro	Resultado	Interpretación

ANEXO 12

FICHA DE CÁLCULO PERÍODO PROMEDIO DE PAGO

Empresa :

Departamento :

Periodo :

Ratio de Gestión	Año	Fórmula de cálculo			Resultado	Interpretación

ANEXO 13

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE			
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
Al 31 de Diciembre de 2018			
(Expresado en Soles)			
	SI		SI
ACTIVO	2018	PASIVOS Y PATRIMONIO	2018
Activo Corriente		Pasivos Corrientes	
Efectivo y Equivalente de efectivo	257,261.10	Sobregiros Bancarios	26,140.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	120,438.00	Obligaciones Financieras	
Otras cuentas por Cobrar Diversas		Cuentas por pagar Comerciales	94,497.00
Otras cuentas por Cobrar Entidades Relaci.		Beneficios a los empleados	
Existencias	1,146,231.00	Tributos por pagar	86,408.03
Activos por Impuesto a la Renta diferido			
Total Activo Corriente	1,523,930.10	Total Pasivo Corriente	207,045.03
Activo no Corriente		Pasivos No Corrientes	
Inversiones Mobiliarias		Obligaciones Financieras	590,096.00
Propiedades, Planta y Equipos (Neto)	1,031,895.00	Total Pasivo no Corriente	590,096.00
Otras Ctas. Del Activo	814,104.00		
Depreciación y amortiz. Acumulado	-278,533.00	Total Pasivo:	797,141.03
Total Activo no Corriente	1,567,466.00	PATRIMONIO	
		Capital Social	144,574.00
		Resultados Acumulados	1,927,489.00
		Resultado del Ejercicio	222,192.07
		Total Patrimonio :	2,294,255.07
TOTAL ACTIVO	3,091,396.10	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3,091,396.10

ANEXO 14

ESTADO DE RESULTADOS

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE	
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL DEL PERIODO	
del 1 de Enero de 2018 al 31 de Diciembre de 2018	
(Expresado en Soles)	
	S/
VENTAS NETAS	
Venta Netas	5,994,977.00
Otros Ingresos Operacionales	
TOTAL INGRESOS BRUTOS	5,994,977.00
(-) Costo de venta	-5,202,237.00
UTILIDAD BRUTA	792,740.00
GASTOS Y COSTOS	
Gastos de Ventas	-190,670.00
Gastos de Administracion	-233,041.00
TOTAL GASTOS Y COSTOS	-423,711.00
RESULTADO OPERACIONAL	369,029.00
OTROS INGRESOS (GASTOS)	
Ingresos Financieros	
Dividendos del Exterior	
Gastos Financieros	26,140.00
Otros ingresos diversos	
TOTAL INGRESOS Y GASTOS	26,140.00
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONES,	342,889.00
Participaciones	-27,431.12
Impuesto a la Renta	-93,060.07
UTILIDAD NETA	222,397.81

ANEXO 15

MANUAL DE POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZA



EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE

Misión.

Mejorar los procedimientos de gestión del departamento de Créditos y Cobranzas de la empresa comercial de combustible, mediante el uso del Manual de Políticas con el fin de disminuir el riesgo crediticio y la cartera vencida.

Visión.

Ser reconocidos como el departamento que cumple con resultados óptimos y de calidad en materia de recuperación de cartera y análisis crediticio.

Valores.

- Solidaridad
- Integridad
- Ética
- Compromiso
- Competitividad
- Negociación
- Responsabilidad
- Respeto
- Creatividad
- Vocación de servicio
- Lealtad
- Disciplina
- Liderazgo
- Equidad
- Honestidad
- Trabajo en equipo

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE

DE LAS FUNCIONES

Funciones y responsabilidades del Jefe de Crédito.

1. Brindar información clara y entendible al cliente sobre los créditos.
2. Crear y diseñar los estándares de evaluación del crédito para el cliente.
3. Verifica y corrobora que la información brindada por el cliente es fidedigna y confiable.
4. Digitación de la documentación e información de cada cliente, verificando la calidad de la información.
5. Administración de cartera de clientes y nuevos clientes con el objetivo de generar rentabilidad.
6. Preparación y verificación de toda la información documentada requerida.
7. Evaluar al cliente por medio de los estados financieros.
8. Conocimiento y permanente actualización de la normativa interna de reglamento de créditos.
9. Clasificar las ventas al crédito.

Funciones y responsabilidades del Jefe de Cobranza.

1. Notificación a los clientes sobre el vencimiento de su crédito mediante las técnicas de cobranza establecidas y solicitar el pago de la deuda.
2. Cobranza permanente de su cartera crediticia. Desde que el cliente tiene 01 día de atraso, el encargado de la cobranza tiene la obligación de realizar la cobranza oportuna.
3. Llevar el seguimiento de los clientes para controlar todo el proceso y así verificar cuándo se ha producido el pago.
4. Propone, diseña e implementa nuevos recursos que permitan reducir la cartera vencida.
5. Averiguar las causas del impago por parte del cliente y ofrecer soluciones para su cobro del mismo.

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE

6. Cumplir con el objetivo de la empresa dentro de las políticas señaladas por la dirección.
7. Supervisar los procedimientos de cobro. Llevar el control del grupo de riesgo alto.
8. Tomar decisiones para regularizar las cuentas que se retrasen o que representen un riesgo mayor del normal o aceptado. Informar a la Gerencia General en forma oportuna, de las actividades relacionadas con la cobranza.

DE LOS PROCEDIMIENTOS

Políticas y procedimientos para otorgar Crédito

Para otorgar el crédito, es importante que el cliente presente los siguientes documentos:

1. Información completa del cliente o empresa.
2. Fotocopia de DNI, si persona natural.
3. RUC, datos del representante legal, en caso de persona jurídica
4. Planilla de sueldo básico si es persona natural.
5. Estados financieros para verificar sus Ingresos y Gastos del cliente, si es persona jurídica.
6. Copia simple de la escritura de la propiedad, como garantía si es que se requiere.
7. Copia Contrato de arrendamiento si es que se requiere.

DEL CRÉDITO

Políticas para la Evaluación del cliente

1. La evaluación consiste en confirmar todos los datos del cliente mediante una verificación minuciosa, además de determinar su capacidad de pago.
- 2.

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLE

Al cliente no se le aprobará el crédito sin previa verificación de toda la información brindada, así se trate de un familiar recomendado por alguien de la empresa.

El tiempo máximo para poder verificar y corroborar la información del cliente será de 2 días.

que las referencias que se soliciten han de ser de familiares que vivan con él.

Políticas de crédito

1. Se realiza la consulta de las referencias y se verifica si son positivas o negativas.
2. Cuando se verifica que en sus estados financieros no figuren créditos pendientes de pago, se le permite hacer frente a los pagos de los créditos.
3. Cuando se verifica que con otra compañía reporten deudas en su historial crediticio.

Plazos del crédito

Se otorgan los créditos con un periodo de 90 días, pero se puede prorrogar el plazo a 180 días, en caso de que el cliente no pague el crédito en el plazo de 90 días, el plazo será de 180 días.

Tasa de interés

La tasa de interés que la empresa cobra por día de atraso es del 1% del monto del crédito.

Otorgamiento

Una vez que el cliente haya cumplido con las políticas de documentación, y se le haya realizado su verificación respectiva del mismo, encontrándose acorde a los

lin.eamil:niit:li e5!ileit:cid'o-li pl!! la il'mJJ se Uil-YatA il cab,o el D'kl'ga-mrn!a dcl
cr:&lit:li

Políticas y procedimientos para recuperación del crédito

Grk II /IS /< i **br**anzas en La II nI prasa de eornbJs II bL @ 011 'os e; ID /III' nh's.

E. Ieale del departamentului de codigos y «ibranzi's duble realize» La lénica de enmurniellciin mnerita cuima prim!!!II ndifieneiier en hl ,cual 5:15 p:uws m CUMicini!!!,fiit ril Yit-nici!!!lit'it4l da hl flitlida mir III;-dlis de unil ,...v'l'i. ti.t. (IP) ,In iducumt'mla 43 ifnvi!!!Eidncicilia dtl c'hlmti.

LDgo de <nv;w III n_c lificiiciin ♦ iscrita dei cahr antn al reflim tre, el ūcfe padril iEn"IM
In ffrir IIIIO u Irqv-@i llt i nrrirM ♦ wr ♦ lca dgo jllit t,tl,

Pilrmii10il'i i fil f il d e utü t'lai:ú e sn tiil s n a & a t&i, t:01lt<nüf:lilln',ca. ü lúfü
idtlÜ p'm'lami:nta de CédíeH v cubnmz:lil, pudnm dñlfl Ls Lécnic:s cubnmz:lil
t'diiniij, chnd! dñhñ llllll - il l.Sntl pivit llylgrdi rld ñ plHo id,
GillitefiCiofi del Cédífil, tia igüal IDGo IC6 m10rttiOti qlñ mb .apðc) La no
cnaa.l.hui.00 encl.iHn c.s:lðbl.CO!lu.

EMPRESA COMERCIAL DE COMBUSTIBLES

Agencias de cobre.

Sa paidr' hluir UH ela utn iiaii**8 du iculu n urri lo1 13 ILH dci ffofllili
ilovdiM, fa HUU w1 lwiYlmiTonUi thll ifnnhl 000 Jla,lfi; /f'f'nf'f'f'
femD on ill,u llw u qn lFt CUllllWldi, uo ier'' IIII

Acción legal.

[illegible]

P'OIÍ:iel III CiiilCihiiI\.

Da aci.HINla n l.u p; U'h:H di tiññc:lacirid ila lñ ñauf.la, la sötirm estia Pji III qua sa
uup,iw.ñ "ari añ PlaciYl;l, depm,lío ruG-ñi:l, thug .a.a QmJrq da lo am,prtl;l,
lar'11 list dr qff.lilH y ir'mH'i üné MI: binnC lilflall;
Iodn i fil:p:m:üi thma lfUU rur Inlililocl.xli;

El11b?Fiic.11J 11:1f

Revisado por

Aprobado por:

ANEXO 16

REQUISITOS DE EVALUACIÓN AL CLIENTE PRE_OTROGAMIENTO DE CRÉDITO.

Persona Natural	Persona Jurídica
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Información básica del cliente. ▪ Búsqueda en INFOCORP. ▪ Su historial crediticio. ▪ Su capacidad de pago. (Solicitar referencias, planilla de sueldo básico). ▪ Tener límites en el monto de crédito para cada cliente. ▪ Solicitar garantías si el caso lo requiere. ▪ Solicitar garante (depende del caso). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Información básica del cliente. ▪ Búsqueda en INFOCORP. ▪ Su historial crediticio. ▪ Su situación financiera. (recomendable de las dos últimas gestiones). ▪ Declaración de renta anual y 3 últimos PDT. ▪ Tiempo y experiencia en el mercado. ▪ Tener límites para cada entidad.

Información Básica Persona Natural	Información Básica Persona Jurídica
<ul style="list-style-type: none"> • Fotocopia de DNI de cliente y cónyuge y avales. • Recibo de luz, agua o teléfono del domicilio legal. • Documentos de propiedad del inmueble que será otorgado como garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha Ruc de la empresa. • Fotocopia de DNI de los socios. • Recibo de luz, agua o teléfono del domicilio fiscal. • Documentos de residencia del representante legal. • Acta de constitución de la empresa. • Vigencia de poderes actualizada con antigüedad no mayor a 8 días.